

Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение
высшего образования
«КУБАНСКИЙ ГОСУДАРСТВЕННЫЙ ТЕХНОЛОГИЧЕСКИЙ
УНИВЕРСИТЕТ»

На правах рукописи

Ильинова Елена Владимировна

**РЕПРЕЗЕНТАЦИЯ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО ТИПАЖА
«ДЕЛОВОЙ ЧЕЛОВЕК» В РУССКОМ И АНГЛИЙСКОМ ЯЗЫКАХ
(по материалам Национальных корпусов)**

5.9.8 – Теоретическая, прикладная и сравнительно-сопоставительная
лингвистика

Диссертация на соискание ученой степени
кандидата филологических наук

Научный руководитель:
доктор филологических наук, профессор
Воркачев Сергей Григорьевич

Краснодар – 2026

ОГЛАВЛЕНИЕ

ВВЕДЕНИЕ.....	4
ГЛАВА ПЕРВАЯ. ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО ТИПАЖА «ДЕЛОВОЙ ЧЕЛОВЕК»	12
1.1 Лингвокультурный типаж как объект исследования.....	12
1.2 «Деловой человек» как лингвокультурный типаж	21
1.3 Особенности становления типажа «деловой человек» в российском и американском обществе.....	26
Выводы по главе.....	33
ГЛАВА ВТОРАЯ. ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ТИПАЖ «ДЕЛОВОЙ ЧЕЛОВЕК» В РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ.....	36
2.1 Понятийная составляющая.....	36
2.1.1 Понятийная составляющая супертипажа «российский деловой человек».....	36
2.1.2 Понятийная составляющая субтипажа «российский предприниматель».....	41
2.1.3 Понятийная составляющая субтипажа «российский топ- менеджер»	48
2.2 Перцептивно-образная составляющая.....	53
2.2.1 Перцептивно-образная составляющая супертипажа «российский деловой человек».....	53
2.2.2 Перцептивно-образная составляющая субтипажа «российский предприниматель».....	72
2.2.3 Перцептивно-образная составляющая субтипажа «российский топ-менеджер».....	101
2.3 Ценностная составляющая.....	110
2.3.1 Ценностная составляющая супертипажа «российский деловой человек».....	110
2.3.2 Ценностная составляющая субтипажа «предприниматель».....	114

2.3.3 Ценностная составляющая субтипажа «топ-менеджер».....	117
Выводы по главе.....	120
ГЛАВА ТРЕТЬЯ. ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ТИПАЖ «ДЕЛОВОЙ ЧЕЛОВЕК» В АМЕРИКАНСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ.....	127
3.1 Понятийная составляющая.....	127
3.1.1 Понятийная составляющая супертипажа «американский деловой человек».....	127
3.1.2 Понятийная составляющая субтипажа «американский предприниматель».....	132
3.1.3 Понятийная составляющая субтипажа «американский топ- менеджер».....	134
3.2 Перцептивно-образная составляющая.....	138
3.2.1 Перцептивно-образная составляющая супертипажа «американский деловой человек».....	138
3.2.2 Перцептивно-образная составляющая субтипажа «американский предприниматель».....	152
3.2.3 Перцептивно-образная составляющая субтипажа «американский топ-менеджер».....	162
3.3 Ценностная составляющая.....	172
3.3.1 Ценностная составляющая супертипажа «американский деловой человек».....	172
3.3.2 Ценностная составляющая субтипажа «американский предприниматель».....	176
3.3.3 Ценностная составляющая субтипажа «американский топ- менеджер».....	179
Выводы по главе.....	184
ЗАКЛЮЧЕНИЕ.....	190
СПИСОК ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ.....	196
СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ.....	222

ВВЕДЕНИЕ

Данное исследование посвящено сопоставительному анализу объективации комплексного лингвокультурного типажа «деловой человек» в русской и американской лингвокультурах на материале текстов из языковых корпусов. Тема работы находится на пересечении лингвокультурологии, лингвоконцептологии и лингвоперсонологии.

Актуальность данного исследования объясняется необходимостью изучения комплексного лингвокультурного типажа «деловой человек» как отражения важного элемента социокультурной и экономической реальности современного общества. Лингвокультурный типаж «деловой человек» рассматривается в работе как комплексное ментальное образование, включающее в себя структурные компоненты «предприниматель» и «топ-менеджер». Предприниматель является ключевой фигурой деловой жизни, а предпринимательство выступает одним из важнейших видов человеческой деятельности, объективно сочетающий в себе личные и общественные интересы, обеспечивающий в конечном итоге приумножение общественного богатства. От решений топ-менеджеров – высших руководителей коммерческих и государственных компаний – зависит не только состояние отдельных компаний, но и общая экономическая ситуация в конкретной стране и даже за ее пределами. Культурно-языковые особенности образа делового человека представляют несомненный интерес для теории лингвокультурных типажей; разнообразие его номинаций указывает на их концептуальную специфику.

Степень разработанности темы исследования. Обобщение существующих исследований комплексного лингвокультурного типажа «деловой человек» демонстрирует относительно слабую разработанность данной темы. Российский типаж «деловой человек» рассматривался на материале деловой прессы [Погодаева, 2009; Долгова, 2015]. Также можно

отметить исследование данного типажа на материале литературно-художественного дискурса середины XIX в. [Бондаренко, 2012].

Первой составляющей комплексного типажа «деловой человек» – субтипажу «предприниматель» – уделялось большее внимание. Этот субтипаж в различных аспектах исследуется как на материале русского языка [Хоружая, 2007; Иванова, 2008; Сапрун, 2011; Цурик, 2013; Северская, 2014; Кравцова, 2014; Ковальчук, Сопранцова, 2020; Мамонова, 2023; Карасик, Китанина, 2025], так и на материале английского [Илюхина, 2013; Манджиева, Боваева, Бураева, 2019]. Существуют и сопоставительные работы, в которых в качестве второго языка сравнения привлекается английский [Емельянова, 2010; Иванов, 2021], французский [Субиркина, 2013] и китайский [Тимченко, 2013].

Также этот типаж исследуется на материале литературно-художественного дискурса как XIX в., так и современности [Зарубина, 2003; Сваровская, 2003; Наумова, 2009; Кравчук, 2012; Родина, 2012; Глембоцкая, 2013; Кулешова, 2013; Бахор и др., 2015; Никольская, 2015; Ковалева, 2018; Бойко, 2019; Крицкая, Терентьева 2019; Чистякова, 2021; Слижевская, 2023].

Базой исследований подобного рода становятся и кинофильмы [Караваяев, 2019]. Здесь же стоит отметить и работы, выявляющие образ предпринимателя в общественном сознании на основе опросов информантов и анкетирования [Милехина, 2005; Воробьева, 2010; Балосьянц, Медведева, 2012; Мухарлямова, Холуева, 2014; Мазунина, 2015; Шкредова, 2016; Никонов, 2017; Гладких, Митина, 2022].

Как американский, так и британский типаж «предприниматель» в отечественной филологии исследовался на материале произведений О. Генри, С. Фицджеральда, С. Шелдона, Т. Драйзера, Ч. Диккенса, У. Коллинза и Айн Рэнд [Кобелева, 2015; Кобелева, 2015а; Кобелева, 2016; Нестерова, Ремизова, 2022; Антонова, 2016; Григоровская, 2018; Кобелева, 2019]. Культурный образ американского бизнесмена привлекал внимание и зарубежных исследователей [Smith, 1959; Halsey, 1959; Baumal, 1968; Kennedy, Lawton,

1992; Merchants..., 2010; Zimmerman, 2011; Younkins, 2013], включая диахронический аспект [Перо, 2022]. Также отметим исследования образов известных представителей бизнес-сообщества на примере предпринимателя И. Маска [Ворсунова, 2019].

Стоит упомянуть и исследования схожего типажа «буржуа» в английской [Савицкий, 2015] и французской [Дмитриева, 2007] лингвокультурах, и исследования специфического гендерного варианта «деловая женщина» / «бизнес-леди» [Кокова, 2017; Михайлова, Миронова, 2017], сравнительные исследования русского и немецкого [Баданян, 2017] и русского и осетинского [Джигкаева, 2020] типажей.

Вторая составляющая комплексного лингвокультурного типажа – субтипаж «топ-менеджер» – до сих пор практически не исследована. Здесь можно отметить только одну работу, в которой описывается типаж руководителя компании [Гулевец, 2019]. При этом объектом исследования становился схожий типаж «начальник»/«руководитель» [Дубинина, 2005; Каминская, 2018; Савенкова, Галий, 2022], в том числе проводился сравнительный анализ [Тарасова, 2013].

Комплексный сопоставительный анализ лингвокультурного типажа «деловой человек» в русской и американской лингвокультурах до сих пор не проводился, что и предопределило выбор темы исследования.

Объектом данного сопоставительного исследования является комплексный лингвокультурный типаж «деловой человек», вербализованный посредством лексических единиц в русском и английском языках и представленный в русской и американской лингвокультурах.

Предмет исследования составляют понятийный, перцептивно-образный и ценностный компоненты комплексного лингвокультурного типажа «деловой человек» в русском и английском языках.

Гипотеза работы состоит в следующем: лингвокультурный типаж «деловой человек» принадлежит к комплексным лингвокультурным типажам русской и американской лингвокультур, включает в себя субтипажи

«предприниматель» и «топ-менеджер» и обладает лингвокультурной спецификой, обусловленной в том числе исторически.

Цель данной работы состоит в сопоставительном описании комплексного лингвокультурного типажа «деловой человек» в русской и американской лингвокультурах на материале языковых корпусов.

В соответствии с поставленной целью ставятся следующие **задачи**:

– на основании семантического анализа выделить структурные составляющие (субтипажи) комплексного лингвокультурного типажа «деловой человек» в русской и американской лингвокультурах;

– на основе философских, исторических, социологических и психологических исследований изучить становление лингвокультурного типажа «деловой человек» и его субтипажей в русской и американской лингвокультурах;

– выделить языковые единицы, реализующие в своей семантической структуре значения компонентов понятия «деловой человек» в русском и английском языках, и определить структуру лексико-семантических полей, составленных из выделенных единиц;

– выявить общие и специфические особенности употребления выделенных ранее языковых единиц в языковых корпусах русского и английского языков;

– на основе выборки из русского и английского языковых корпусов сформировать паспорт лингвокультурных типажей «российский деловой человек», «американский деловой человек» и их субтипажей, и произвести их сравнительный анализ.

Цель и задачи настоящей работы определили выбор следующих **методов анализа**:

– дискурсивный анализ, раскрывающий содержание лингвокультурного типажа как концепта в научном и обыденном сознании;

– компонентный анализ, применяемый для определения семантического прототипа понятия, лежащего в основе лингвокультурного типажа;

– частотный анализ, позволяющий выявить тенденции употребления языковых единиц;

– этимологический анализ, применяемый с целью изучения лексических репрезентантов лингвокультурного типажа в диахронии, установления механизмов их формирования.

Материалом исследования явились примеры из Национального корпуса русского языка (основной корпус, подкорпус социальных сетей, подкорпус центральных СМИ) и корпуса современного американского английского (Corpus of Contemporary American English, COCA) американского варианта английского языка с 2000 по 2019 гг. Для русского языка количество исследованных примеров составило 4616 релевантных примеров словоупотребления, отобранных из 7533 примеров корпуса; для английского – 7968 релевантных примеров словоупотребления выделенных лексем и словосочетаний, отобранных из 10199 примеров корпуса.

Дополнительным источником языкового материала послужили толковые и этимологические словари русского и английского языков, а также двуязычные русско-английские и англо-русские словари.

В качестве **методологической основы** исследования следует рассматривать базовые положения этнолингвистики (Э. Бенвенист [Бенвенист, 1995], В. Гумбольдт [Гумбольдт, 2000], Э. Сепир [Сепир, 2002]), лингвокультурологии и лингвоконцептологии (С. Г. Воркачев [Воркачев, 2001], Д. С. Лихачев [Лихачев, 1997], Г. Г. Слышкин [Слышкин, 2000], Ю. С. Степанов [Степанов, 2001] и др.), культурной семантики и системной лексикографии (А. Вежбицкая [Вежбицкая, 1996], Ю. Д. Апресян [Апресян, 1995], А. Д. Шмелев [Шмелев, 2004]), лингвоперсонологии (Г. И. Богин [Богин, 1980], Ю. Н. Караулов [Караулов, 1987]), теории лингвокультурных

типажей (В. И. Карасик [Карасик, 2007], О. А. Дмитриева [Дмитриева, 2007] и др.).

Научная новизна работы заключается во введении понятий «комплексный лингвокультурный типаж» и «субтипаж», в определении лексических средств вербального выражения комплексного лингвокультурного типажа «деловой человек» и его субтипажей; в изучении специфики реализации комплексного лингвокультурного типажа «деловой человек» и его субтипажей в корпусных текстах на русском и английском языках. В работе впервые проведено исследование комплексного лингвокультурного типажа «деловой человек» в современной русской и американской лингвокультурах на базе материала языковых корпусов; осуществлен сравнительный анализ субтипажей и типажей высшего уровня в одном языке и разнокультурных субтипажей; описаны до сих пор не исследованные типаж «российский топ-менеджер» и «американский топ-менеджер».

Теоретическая значимость диссертационного исследования состоит во вкладе в развитие теории лингвокультурных типажей, выразившемся в разработке методологии структурного и сопоставительного анализа комплексного лингвокультурного типажа; в развитии основных положений теории лингвокультурных типажей применительно к комплексному типу «деловой человек» в русской и американской лингвокультурах; описании ранее не исследованных типажей «российский топ-менеджер» и «американский топ-менеджер».

Практическая ценность данной работы заключается в возможности применения выводов и материалов исследования в теории и практике перевода, при подготовке лекционных и практических занятий по переводоведению, лингвокультурологии, лингвоперсонологии; при разработке тематики дипломных и курсовых работ, магистерских диссертаций; при обучении межкультурной коммуникации.

На защиту выносятся следующие **положения**:

1. Комплексный лингвокультурный типаж – это разновидность лингвокультурного типажа, характеризующаяся наличием нескольких составляющих типажей, называемых субтипажами. Иерархическая связь между комплексным типажом (супертипажом) и его субтипажами устанавливается согласно родо-видовым логическим связям, существующими между понятиями, лежащими в основе данных типажей. В русской и американской лингвокультурах можно выделить комплексный лингвокультурный типаж, состоящий из двух субтипажей: «предприниматель» и «топ-менеджер».

2. Комплексный лингвокультурный типаж «российский деловой человек» (но не его субтипажи по отдельности) может рассматриваться как модельная личность – идеализированный образ. Несмотря на получаемую амбивалентную оценку, этот образ ассоциируется с богатством, авторитетом и заботой о репутации.

3. Главные номинанты субтипажа «российский предприниматель» – лексемы предприниматель, бизнесмен и коммерсант – обладают слабым, диффузным, но уловимым различием своих образов в русском языковом сознании. Это различие проявляется в таких чертах, как внешний образ, особенности мышления поведения, финансовое состояние, а также аксиологические характеристики.

4. Субтипажи комплексного лингвокультурного типажа «деловой человек» – «предприниматель» и «топ-менеджер» – гораздо сильнее противопоставлены друг другу в американской лингвокультуре по сравнению с русской. Их отличия касаются понятийной (структура номинативного поля и специфика употребления номинантов типажей в контексте), перцептивно-образной (паспортные характеристики типажей – возраст, речевые особенности, черты мышления и поведения, финансовое положение) и ценностной (почти противоположные оценки и различные ценности типажей) составляющей.

5. Субтипажи «российский топ-менеджер» и «американский топ-менеджер» сближаются друг с другом на понятийном, перцептивно-образном и ценностном уровнях – в противоположность субтипам «российский предприниматель» и «американский предприниматель», у которых могут быть отмечены значимые различия в структуре номинативного поля, паспортных характеристиках (гендерный признак, происхождение, речевые особенности, черты мышления и поведения), получаемых оценках и приписываемых ценностях.

Апробация работы. Основные положения и выводы исследования были изложены на заседаниях кафедры иностранных языков № 1 КубГТУ (Краснодар), конференциях «Филологические и социокультурные вопросы науки и образования» (Краснодар, 2019, 2020), «Казанский международный лингвистический саммит» (Казань, 2023), «Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах» (Челябинск, 2024), «Русский язык в поликультурном мире» (Ялта, 2024), «Современная российская аксиосфера: семантика и прагматика идентичности» (Москва, 2024) в виде докладов. По теме работы опубликовано 10 статей, в том числе 3 – в научных изданиях, рекомендованных ВАК при Минобрнауки России. Общий объем опубликованных работ составляет 4,45 п.л.

Структура диссертации. Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, списка теоретических источников и списка лексикографических источников.

ГЛАВА ПЕРВАЯ

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВАНИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ ЛИНГВОКУЛЬТУРНОГО ТИПАЖА «ДЕЛОВОЙ ЧЕЛОВЕК»

1.1. Лингвокультурный типаж как объект исследования

С конца прошлого века в рамках изменения научной парадигмы гуманитарного знания на место господствующей сциентистской, системно-структурной и статической парадигме приходит парадигма антропоцентрическая, функциональная, когнитивная и динамическая, возвратившая человеку статус «меры всех вещей» и вернувшая его в центр мироздания [Воркачев, 2001] – вернувшая, так как «антропоцентрическая парадигма имеет глубокие исторические корни в науке» [Костомаров, 2014, с. 198]. «Ее основные принципы были сформулированы еще в первой половине XIX в. В. фон Гумбольдтом» [цит. по: Лутовинова, 2017, с. 82]. Более того, она «исторически первична и представлена в различных национальных лингвистических традициях.<...> Хотя позднее этот подход потерял всеобщность, он продолжал сохранять безусловное господство в практических сферах: учебной литературе, практической лексикографии и т. д.» [Алпатов, 1993, с. 15].

Суть принципа антропоцентризма заключается в том, что «научные объекты изучаются, прежде всего, по их роли для человека, по их назначению в его жизнедеятельности, по их функциям для развития человеческой личности и ее усовершенствования. Он обнаруживается в том, что человек становится точкой отсчета в анализе тех или иных явлений, что он вовлечен в этот анализ, определяя его перспективу и конечные цели» [Кубрякова, 1995, с. 212]. Антропоцентристский подход может рассматриваться как более узкое проявление антропологического подхода, «суть которого заключается в принятии человека в качестве

исходного базиса исследования. Это означает, что язык рассматривается в тесной связи с человеком, его сознанием, мышлением, духовной и практической деятельностью» [Омельченко, 2012, с. 76].

Интерес к человеку как к носителю языка обуславливает и обращение к понятию «личность». Хотя «первое упоминание языковой личности встречается в работах лингвистов в начале прошлого века, а определение и массовый исследовательский интерес появляются лишь спустя пятьдесят лет, история становления данного понятия уходит корнями в начало XIX в., когда у ученых появляются первые мысли о том, что язык человека является его неотъемлемой частью и неразрывно связан с жизнью человека в обществе» [Лутовинова, 2017, с. 88]. Впервые в отечественной лингвистике концепция языковой личности (ЯЛ) появилась в работе Г. И. Богина «Современная лингводидактика» (1980), где ЯЛ трактуется как «человек, рассматриваемый с точки зрения его готовности производить речевые поступки», то есть тот, «кто присваивает язык, т. е. тот, для кого язык есть речь» [Львова, 2019, с. 83]. Позже первоначальное определение было дополнено и расширено: ЯЛ «готова производить речевые поступки, а также создавать и принимать произведения речи» [Лутовинова, 2017, с. 85]. Однако в центр пристального внимания лингвистов исследование ЯЛ попало после выхода в 1987 г. книги Ю. Н. Караулова «Русский язык и языковая личность» [Караулов, 1987], впоследствии способствовавшее появлению нового направления в лингвистике – лингвоперсонологии [Нерознак, 1996].

Сегодня ЯЛ может рассматриваться даже как центральная категория антропоцентрической парадигмы лингвистического знания [Богданова, 2017]. Тем не менее, существует несколько вариантов осмысления данного понятия. «Понятие “языковая личность” образовано проекцией в область языкознания соответствующего междисциплинарного термина, в значении которого преломляются философские, социологические и психологические взгляды на общественно значимую совокупность физических и духовных свойств человека, составляющих его качественную определенность» [Воркачев, 2001,

с. 64]. Прежде всего, под «языковой личностью» понимается человек как носитель языка, взятый со стороны его способности к речевой деятельности – по существу личность речевая. Такова вышеупомянутая концепция Г. И. Богина. Под «языковой личностью» может пониматься также совокупность особенностей вербального поведения человека, использующего язык как средство общения, – коммуникативная личность [Сухих, Зеленская, 1997]. В третьем случае «языковая личность» осмысливается как закрепленный преимущественно в лексической системе базовый национально-культурный прототип носителя определенного языка – личность словарная, этносемантическая [Воркачев, 1997].

В структуре ЯЛ выделяют три уровня: вербально-семантический (степень владения обыденным языком), когнитивный (понятия, идеи, концепты), прагматический (цели, мотивы, интересы, установки и интенциональности) [Караулов, 1989]. Такая уровневая модель представляет обобщенный тип, отражающий множество конкретных языковых личностей в данной культуре, отличающихся вариациями значимости каждого уровня в составе личности.

Как отмечает В. И. Карасик, «ЯЛ представляет собой многомерное образование. Ее типы выделяются в зависимости от подхода к предмету изучения, который осуществляется с позиций либо личности (этнокультурологические, социологические и психологические типы личностей), либо языка (типы речевой культуры, языковой нормы)» [Карасик, 2002, с. 29]. По мнению Т. В. Кыштымовой, ЯЛ – сложный феномен, вбирающий в себя социально отфильтрованное и индивидуальное знание языка, а также владение им. Также отмечается, что несмотря на активное изучение современной лингвистикой феномена ЯЛ, не все ее составляющие охарактеризованы во всей полноте их функциональной репрезентации [Кыштымова, 2014].

Языковая личность является одной из базовых категорий лингвокультурологии [Воркачев, 2001] – оформившейся в 1990-е гг. в

отечественном языкознании лингвистической дисциплины. Согласно некоторым мнениям, лингвокультурология является одним из «приоритетных» [Коурова, 2018, с.149] или даже «доминирующим» [Шафиков, 2013, с. 763] направлением в современном отечественном языкознании. Признается, что лингвокультурология соединяет воедино два компонента – язык и культуру – и призвана изучать их взаимодействие.

Наряду с ЯЛ, базовой категорией лингвокультурологии является лингвокультурный концепт. В развитии лингвокультурологии он сыграл исключительную роль, породив отдельную дисциплину под названием «лингвоконцептология», которую называют «центральной частью лингвокультурологии» [Кушнир, 2013, с.10]. Это направление сформировалось в рамках взаимодействия лингвокультурологии с когнитивной лингвистикой как следствие внутреннего дробления антропологической лингвистики [Русанова, Зиньковская, 2023]. Если лингвокультурология изучает лингвокультуру в целом, то лингвоконцептология занимается исследованием отдельных фрагментов лингвокультуры преимущественно в сопоставительном аспекте [Воркачев, 2011]. В содержание лингвокультуры различные исследователи включают «образы, прецедентные тексты и имена, ценности, традиции, арсенал языковых средств и символов» [Федоров, 2014, с. 83]. Лингвоконцептология же может интерпретироваться как наука, возникшая на базе лингвокультурологии, сохранившая ее ключевое понятие и при этом расширившая его; лингвоконцептология и лингвокультурология «находятся в отношениях корреляции» [Холод, 2018, с. 150].

Как отмечает Л. Ю. Буянова, лингвистический термин «концепт» характеризуется расплывчатостью и максимальной нечеткостью своего понятийного содержания [Буянова, 2023]. Но даже и более узкое понятие «лингвокультурный концепт» как базовое понятие лингвоконцептологии определяется в расплывчатых терминах «сгусток смысла», «смысловое образование», «основная ячейка культуры в ментальном мире человека» и пр.,

не лишенных метафоричности [Савицкий, 2021], и «многократно переосмыслиется, что естественным образом приводит к различию предлагаемых методов исследования» [Евсюкова, Снитко, 2005, с. 79]. В целом можно констатировать, что под лингвокультурным концептом понимается многоуровневое ментальное образование, лежащее в сознании, языке и культуре: концепт «принадлежит сознанию, детерминируется культурой и опредмечивается в языке» [Слышкин, 2000, с. 9]. Основными и обязательными характеристиками лингвокультурного концепта признаются «многомерность» (наличие семантически разнородных составляющих), «иерархичность» (системная зависимость признаков) и «этноспецифичность» [Воркачев, 2014, с. 63].

Обобщая существующие точки зрения на структуру лингвокультурного концепта, С. Г. Воркачев выделяет следующие его составляющие: 1) понятийную, отражающую дискурсивность и рациональность представления смысла, 2) образную, отражающую метафоричность и эмотивность этого представления, 3) значимостную, отражающую его вербальность, определяемую знаковой системой конкретного естественного языка, 4) ценностную, отражающую аксиологичность такого представления [Воркачев, 2016].

Понятия языковой личности и лингвокультурного концепта соединяются в понятии «лингвокультурный типаж» (ЛКТ), который определяется как «узнаваемый образ представителей определенной культуры» [Карасик, 2007]. Этот образ является типичным, то есть указывающим как на сущностные, постоянные признаки, так и на признаки, отличающие предмет от ему подобных [Павловская, Ткаченко, 2023]. Будучи абстрактным ментальным образованием, в исследовательском отношении ЛКТ представляет собой разновидность концепта. Это концепт, содержанием которого является типизируемая личность. По мнению В. И. Карасика и О. А. Дмитриевой, теория лингвокультурных типажей представляет собой «развитие теории языковой личности в рамках лингвокультурологии»

[Карасик, Дмитриева, 2005, с. 23]. Важнейшие характеристики ЛКТ состоят в «типизируемости определенной личности, значимости этой личности для лингвокультуры, возможности ее как фактического, так и фикционального существования, ее упрощенной и карикатурной репрезентации» [Дмитриева, 2007, с. 3]. Схожие определения других исследователей звучат следующим образом: «типизируемая в культурологическом аспекте языковая личность, обобщенное представление о человеке на основе релевантных объективных социально значимых этно- и социоспецифических характеристик поведения таких людей» [Ярмахова, 2005, с. 5], «закрепленный в языке базовый национально-культурный прототип носителя определенного языка, который выделяется на основе релевантных характеристик, типичных признаков вербального и невербального поведения конкретных языковых личностей» [Васильева, 2010, с. 8].

Как понятие лингвоперсонологии ЛКТ соотносится с понятиями «модельная личность», «роль», «стереотип», «амплуа», «персонаж», «имидж», «речевой портрет», отличаясь от этих понятий объективностью, многомерностью и детализацией (как концепт, включая в себя не только понятийную, но и оценочную и образно-перцептивную составляющие) [Ярмахова, 2005, с. 17]. Стереотип (собираемый образ) переходит в разряд концептов в процессе концептуализации, «результатом которого становится появление у данного фрагмента языковой действительности (стереотипа) устойчивых национально-культурных приращений» [Исаева, 2012, с.59].

Номинация любого ЛКТ осуществляется при помощи лексико-фразеологических средств, номинирующих человека. Наименования лиц занимают особое место в системе языка: они называют человека – субъекта языкового общения. Номинации человека – это ценностно значимая совокупность представлений о ЯЛ, исторически сложившаяся в рамках национальной культуры как результат обобщения различных аспектов ценностных ориентаций [Катермина, 2005].

Исследование лингвокультурных типажей активно ведется в отечественном языкознании с середины 2000-х гг. Приоритет изучения принадлежит Волгоградской лингвокультурологической школе (В. И. Карасик, О. А. Дмитриева и др). Объектом исследования становятся различные лингвокультурные типы в разных культурах; также проводятся исследования лингвокультурных типажей в контексте индивидуально-авторского художественного творчества [Щербаева, 2010]. Некоторые типы исследуются и в диахронии: например, типаж «человек богемы» [Дубровская, 2017], «британский лорд» [Резник, 2015], «программист» [Самсонова, 2022]. Можно отметить и сопоставительные исследования эквивалентных типажей из разных лингвокультур: «горец / highlander» [Непомнящих, 2017], «батюшка / pastor» [Бобырева, 2020], «учитель / teacher» [Еркович, 2018]. Типажи описываются на разнообразном материале – на материале прессы, художественных текстов, сериалов, анекдотов, песен, по данным анкетирования и интервьюирования. При обобщении подходов, представленных в работах исследователей, выявляется «пять групп основных источников: 1) произведения художественной литературы; 2) языковое сознание носителей языка (социо- и психолингвистические эксперименты; 3) различные лингвистические корпуса и подкорпусы НКРЯ; 4) медиадискурс; 5) паремиологический текст» [Дубровская, 2024, с. 403].

Классификация ЛКТ происходит по разным основаниям. Так, И. А. Мурзинова выделяет фиксированные типы (нераздельно связанные с конкретной личностью или небольшой группой лиц в конкретной лингвокультуре) и дисперсные типы (вызывающие в массовом сознании ассоциации с огромным количеством людей) [Мурзинова, 2009].

В. И. Карасик и О. А. Дмитриева по оценочному признаку выделяют положительные ЛКТ (получающие положительную оценку со стороны рассматриваемого сообщества) и отрицательные ЛКТ (если поведение и ценности типажа идут вразрез с общепринятыми ценностями и поведением) [Карасик, Дмитриева, 2005].

По признаку реальности языковой личности В. В. Деревянская выделяет два типа лингвокультурных типажей: 1) реальные (которые, в свою очередь, подразделяются на исторические типажи (классовые или событийные) и типажи современной лингвокультуры) и 2) фикциональные (термин Г. Г. Слышкина) – вымышленные типы личностей, модифицирующие систему ценностей тех лингвокультур, которые принимают этот концепт [Деревянская, 2008].

В. А. Резник рассматривает типажи с точки зрения их содержательно-смысловых особенностей и степени значимости в культурном пространстве [Резник, 2013]. С этих позиций ЛКТ разделяются на социальные, характерные и идеологические. Социальные ЛКТ связаны с некоторым родом деятельности, профессией, социальным статусом (например, «английский дворецкий»); характерные ЛКТ представляют собой группы личностей, наделенные общими существенно выраженными свойствами, привычками и установками (например, «английский чудак»); идеологические ЛКТ отражают совокупность взглядов и идей, в которых признаются и оцениваются отношения людей к реальности и друг другу (например, «русский анархист») [там же].

По степени значимости для социума в системе В. А. Резник выделяет: 1) общезначимые ЛКТ, известные каждому индивиду (например, «школьный учитель»); 2) социумные ЛКТ – обобщенные образы, понятные среднему представителю конкретного общества (например, «Папа Римский»); 3) этнические ЛКТ, «знакомые» любому представителю конкретного этноса – их отличительные черты обусловлены спецификой национальной культуры (например, «британский колониальный служащий») [там же].

Однако предложенные типологии, как полагает Е. М. Дубровская, далеко не в полной мере отражают всю совокупность уже описанных к настоящему времени типажей, так как являются в определенной степени абстрактными. К тому же не все ЛКТ можно с уверенностью отнести к тому или иному типу. Е. М. Дубровской кажется перспективным предложение

В. И. Карасика делить лингвокультурные типажи на два типа: 1) имеющие этнокультурную значимость, т. е. выражающие ценности всего сообщества, подчеркивая национально-культурное своеобразие этноса (этнокультурные типажи); 2) имеющие социокультурную значимость, т. е. характеризующие особую социальную группу, противопоставленную остальному обществу. К этим двум типам автор предлагают добавить еще один тип – узкоориентированные лингвокультурные типажи, объединяющие ЛКТ, актуальные лишь для какой-то конкретной среды или для определенного региона. Их актуальность зависит от временного отрезка исследования, национально-территориальных особенностей или же иных факторов [Дубровская, 2017].

Е. М. Дубровской было предложено еще одно деление ЛКТ, но на иных основаниях: 1) типаж – профессия, 2) типаж – хобби, 3) типаж – склад ума, 4) типаж – стереотип, 5) типаж – неявный прецедент, 6) типаж – прототип, 7) территориально-ориентированный типаж, 8) типаж – исторический персонаж, 9) типаж – концепт [Дубровская, 2016].

Последний из выделенных типов ЛКТ – типаж-концепт – предлагается считать уже не собственно типажом, а квазитипажом, к которым относятся, например, «hero», «бедняга», «друг» [Дубровская, Мандрикова, 2020].

Наконец, Е. Н. Бондаренко обращает внимание на то, что внутри ЛКТ может наблюдаться симбиоз различных форм проявления ЯЛ, что позволяет объединять субъектов речи по внутренним группам. Так, ЛКТ «пожарный» включает в себя языковые модели «ученого», «героя», «антигероя (вредителя)», «философа (мыслителя)», «поэта (творца)», «чиновника», «короля эпатажа», «гламурной няши», «тушилы», «воспитателя (бати)», «спасателя», «женщины-пожарного» [Бондаренко, 2019].

Развивая теорию лингвокультурных типажей, А. И. Бочкарев и Н. Е. Макарова вводят термин «лингвокультурное типажное поле», призванный обозначать крупную когнитивную парадигму, объединяющую лингвокультурные типажи различных областей человеческой деятельности,

имеющие один общий определяющий когнитивный признак [Бочкарев, Макарова, 2024].

Развитие теории ЛКТ в настоящее время продолжается. Список моделируемых типажей, уже сейчас насчитывающий более двухсот пунктов, неизбежно будет пополняться, а новый языковой материал будет выводить исследователей на определенный круг ранее не рассмотренных проблем [Дмитриева, Мурзинова, 2025]. Одной из основных проблем теории ЛКТ называют отсутствие единой системы унификации; она вытекает из разнообразия подходов к изучению типажей [Дубровская, 2024]. Принимая во внимание развитие лингвоконцептологии в целом, можно предполагать, что эта проблема в ближайшее время не получит своего решения, и в научном сообществе сохранится многообразие исследовательских подходов.

1.2. «Деловой человек» как лингвокультурный типаж

Под деловым человеком в работе понимается представитель одной из двух профессиональных групп: предпринимателей (бизнесменов) и наемных менеджеров высшего звена (топ-менеджеров). Объединение предпринимателей и наемных управляющих в одном понятии не является чисто механическим, а отражает определенную социально-экономическую реальность. Обоснование подобного понимания, являющегося результатом семантического анализа, дано далее в разделах 2.1 и 3.1.

Исходя из подобного понимания фигуры делового человека, можно полагать, что лингвокультурный типаж «деловой человек» и в русской, и в английской лингвокультуре является комплексным, составным. Любой представитель ЛКТ «деловой человек» является либо менеджером (в первую очередь менеджером высшего звена), либо предпринимателем. Фигура менеджера среднего и тем более низшего звена рассматривается нами как лишь частично отражающая качества типажа «деловой человек». При выделении отдельных типажей «топ-менеджер» и «предприниматель» можно

установить иерархическую связь: в состав ЛКТ «деловой человек» входят два типажа низшего порядка или субтипажа. По отношению к ним ЛКТ «деловой человек» является типажом высшего порядка или супертипажом [Ильинова, 2024а].

Таким образом, термины «субтипаж» и «супертипаж» определяются на основании иерархической связи: представители субтипажа одновременно являются представителями супертипажа, но обратное необязательно верно. Иными словами, субтипаж – это ЛКТ, для которого существует супертипаж. Супертипаж (комплексный, составной типаж) – это ЛКТ, в структуре которого можно выделить один или более субтипажей. Один и тот же ЛКТ может быть одновременно супертипажом по отношению к другому ЛКТ и субтипажом по отношению к третьему.

Если ЛКТ – это разновидность концепта, то субтипаж можно сопоставить субконцепту, понимаемому как структурную единицу концепта, имеющего сложную организацию и включающего в свой состав другие полноценные концепты [Минченков, Горелова, 2015]. Так, в структуре концепта «возраст» выделяют субконцепты «детство», «юность», «зрелость» и «старость» [Иванова, 2023]. В лингвистике употребляется и термин «суперконцепт»: например, в качестве суперконцептов рассматриваются концепты «жизнь» [Опрышко, 2011] и «родина» [Черноусова, 2018]. При всем возможном разнообразии понимания терминов «субконцепт» и «суперконцепт» они отражают иерархические отношения между концептами, аналогичные отношениям между типажам.

Представляется, что понятие комплексного типажа может быть плодотворно использовано при исследовании многих ЛКТ. При этом типаж необязательно должен включать два и большее количество субтипажей: достаточно указать на признаки, свидетельствующие о правомерности выделения конкретного субтипажа (в первую очередь к таковым относится наличие собственного имени). Так, у ЛКТ «рок-музыкант» можно выделить

субтипаж «рок-звезда», но вряд ли противоположный по признаку знаменитости субтипаж «незнаменитый рок-музыкант».

При дальнейшей конкретизации возможно выделить и лингвокультурные типажи третьего уровня – субтипажи типажей второго порядка. К субтипажам типаж «предприниматель» можно отнести такие типажи, как, например, «мелкий предприниматель», «банкир» или «магнат». Потенциально возможна и дальнейшая конкретизация – например, для типаж «магнат» в число субтипажей войдут «медиа-магнат», «водочный магнат» и пр. Насколько нам известно, ни один из субтипажей данного рода еще не был исследован.

К субтипажам типаж «топ-менеджер», возможно, стоит отнести такие типажи, как «руководитель» (или «директор») и «главный бухгалтер». Отметим, что лингвокультурный типаж «руководитель компании» уже привлекал внимание исследователей [Гулевец, 2019]. Количество таких субтипажей, очевидно, не может быть очень велико. При этом каждый из них будет соотноситься с небольшим количеством номинирующих лексем.

Исследование лингвокультурных типажей предполагает выявление их системообразующих признаков – ценностных ориентаций ЯЛ, определяющих образ мышления и поведенческие характеристики; например, системообразующим признаком ЛКТ «суеверный человек» выступает специфика мировоззрения, обусловленная суеверным сознанием [Чжан, 2025, с. 25]. Представляется, что ключевым системообразующим признаком ЛКТ «деловой человек» выступает специфика мировоззрения, обусловленная профессиональной деятельностью представителя типаж, а именно – необходимостью управления собственностью и денежными средствами. Деловой человек должен постоянно принимать решения, нацеленные на максимизацию прибыли предприятия, которым он владеет или управляет, что не может не оказывать влияния на его сознание и поведение.

Следует отдельно сказать о гендерном измерении составного ЛКТ «деловой человек». Его специфическая гендерная разновидность – типаж

«деловая женщина» – рассматривается исследователями отдельно [Баданян, 2017; Джигкаева, 2020; Кокова, 2017; Михайлова, Миронова, 2016]. По этой причине он не исследуется в данной работе – мы ограничились замечаниями о специфически гендерном употреблении номинирующих выделенные субтипажи лексем в русском и английском языках.

Так как в исследовательском отношении ЛКТ представляет собой разновидность концепта, в нем выделяют образную, понятийную, значимостную и ценностную сторону. Образная сторона типажа – это описание стереотипной личности в типичных ситуациях ее деятельности [Карасик, 2007]. При этом форма реализации ЛКТ в дискурсе в некоторых случаях может быть представлена и в виде прецедентного имени, которое является его символом: так, «Д'Артаньян» – это имя-символ мушкетера, выходца из Гаскони, с эталонным набором определенных качеств [Дмитриева, 2007]. Здесь же стоит упомянуть и о метафорически-образной стороне типажа: внимание исследователя обращается к устойчивой либо окказиональной метафоризации, возможно, сопутствующей актуализации имени ЛКТ в дискурсе.

Понятийная сторона типажа – это словарная дефиниция соответствующих понятий и ассоциативное расширение дефиниции, т. е. построение семантического поля, охватывающего когнитивную модель жизни стереотипной личности [Карасик, 2007]. При этом отмечается, что информации одних только лексикографических источников может оказаться недостаточно: в ряде случаев в словарях отсутствуют словарные дефиниции, выступающие именем типажа. Отсюда может быть «целесообразным уточнение понятийной составляющей посредством проведения опроса респондентов, анализа иных текстовых источников» [Чжан, 2025, с. 23].

Аксиологическую (ценностную) составляющую ЛКТ определяют два взаимосвязанных элемента: оценка типажа (самовосприятие типажа и оценка окружающих) и ценностные доминанты типажа (внутренние стремления и жизненные цели) [Карасик, 2007]. Значимостная составляющая, выделяемая

у лингвокультурного концепта многими исследователями, при исследованиях лингвокультурных типажей, как правило, не выделяется в качестве отдельного элемента; ее анализ («этимологическая память» имени ЛКТ, соотношение его частеречных реализаций, его словообразовательная продуктивность) может присутствовать в описании понятийной составляющей.

Согласно описанным выше классификациям ЛКТ типаж «деловой человек» является дисперсным, реальным, социальным и общезначимым типажом. Последние две характеристики обуславливают его социокультурную значимость. Наконец, ЛКТ «деловой человек» является типажом-профессией. Положительный или отрицательный характер ЛКТ «деловой человек» будет выяснен только после исследования его ценностной составляющей. Тем не менее, можно ожидать амбивалентной оценки: согласно О. А. Дмитриевой, лингвокультурные типажи, сориентированные на повседневное, а не на героическое поведение, получают именно амбивалентную оценку [Дмитриева, 2007].

Отдельно следует отметить, что прецедентно-образная составляющая ЛКТ «деловой человек», легко выявляемая при исследовании таких ЛКТ, как, например, «гусар» [Дмитриева, 2007, с.19] или “private detective” [Кусаева, 2020], в данном случае не столь очевидна и требует использования методов полевого исследования. При рассмотрении же метафорически-образной составляющей ЛКТ «деловой человек» следует, очевидно, обратить внимание в первую очередь на произведения художественной литературы, в которой герой, обозначенный данной номинацией, тем или иным образом описывается метафорически: метафоричность является важнейшей чертой художественного текста [Богданова, 2016]. В частности, исследователями отмечалось использование анималистической метафоры: «Предприниматели и служащие часто получают характеристики, свойственные животным» [Бородулина, Гливенкова, Гуляева, 2015, с. 23]. Выявление возможной специфики подобных случаев выходит за рамки данной работы: здесь

ограничимся лишь исследованием случаев использования метафорических моделей при номинализации ЛКТ и его субтипажей.

1.3. Особенности становления типажа «деловой человек» в российском и американском обществе

Представляется, что любой анализ по своей сути сопоставителен, и дискурсную реализацию понятия целесообразно исследовать через сопоставление ее с семантическим прототипом – научной дефиницией понятия. Эта дефиниция выступает эталоном, лишенным, насколько это возможно, культуроспецифических особенностей. Понятие «деловой человек» в своих двух ипостасях – «предприниматель» и «топ-менеджер» – может рассматриваться в разных областях научного знания: экономике, психологии, этике, философии.

В первую очередь рассмотрим субтипаж «предприниматель». Предприниматель является ключевой фигурой деловой жизни, а предпринимательство выступает одним из важнейших видов человеческой деятельности, объективно сочетающий в себе личные и общественные интересы, обеспечивающий в конечном итоге приумножение общественного богатства.

Столетия осмысления феномена предпринимательства научной и философской мыслью породили множество подходов. В западноевропейском научном сознании на рубеже Нового времени с появлением новых экономических отношений шло осмысление, а затем обоснование и идейное оформление понятия «предприниматель» [Андрос, 2011]. В современных экономических трактовках предпринимательства в зарубежной и отечественной литературе отличительным признаком предпринимательства выступает инновационный характер данной деятельности [Кутузова, Вотчель, Викулина, 2023, с. 63]. Отсюда бизнес и предпринимательство могут осмысляться как разные виды деятельности [Галаган, 1997, с. 8-10]. Так,

бизнес может пониматься как деятельность, направленная на извлечение прибыли, а предпринимательство – как творчество, новаторство (хозяйственное, деловое и т. д.). [Игнатова, 2014]. Предпринимателю также может приписываться более рисковый характер деятельности и отсюда более высокая норма прибыли по сравнению с «обычным» бизнесменом [Кошелева, 2009, с. 9].

Иногда предпринимательство осмысляется как частный случай бизнеса [Кириллов, 2013]. В целом можно солидаризироваться с мнением Ю. В. Сидорчуковой, согласно которой слово *бизнес* означает деятельность, направленную на систематическое получение прибыли, а в русском языке слова *предпринимательство* и *бизнес* используются как синонимы, но иногда предпринимаются попытки обозначить разницу значений этих терминов [Сидорчукова, 2019].

По утверждению И. Д. Афанасенко, социальный тип предпринимательства создается конкретной культурой и только в этой органической для него среде он рационален и устойчив. Его нельзя перенести в готовом виде в иную культурную почву [Афанасенко, 2006]. Роль и место предпринимательства в экономической жизни любого государства определяется, прежде всего, историческим опытом этого государства [Пономарев, 2015]. Кратко рассмотрим особенности истории предпринимательства в России и США.

После 1991 г. в России были сняты все ограничения на частнопредпринимательскую деятельность. Сегодня российское предпринимательство представляет собой массовое явление и играет серьезную роль в экономике страны [Успенский, 2013]. Однако крупный бизнес в России образовался неестественным путем. В стране произошел процесс присвоения и вторичного перераспределения государственной собственности, сопровождавшийся катастрофическими для экономики и страны в целом процессами декапитализации [Гулин, 2019]. Богатство нынешних магнатов – преимущественно результат советского наследия, а не

собственных усилий. Огромна зависимость крупного капитала от благосклонности государства; крупный капитал в России не играет самостоятельной политической роли [Ханин, 2017]. Особенностью современного российского бизнес-менталитета является отсутствие долгосрочного планирования [Кирсанов, 2013].

Отмечается, что бизнес-элита России на начало 2020-х гг. отличается малочисленностью, относительной молодостью, низкой степенью наследования капитала, маскулинностью, чрезвычайно высокой ориентацией на работу в энергетико-сырьевых отраслях экономики, чрезвычайно высокой степенью олигархичности, сверхконцентрацией в Москве и высокой степенью глобальной мобильности [Рахманов, 2020].

В российском государстве и обществе так и не сложилось представление о предпринимателе как полезной для общества и государства фигуре, которая создает новый продукт, дает рабочие места и платит налоги. Напротив, до сих пор общество относится к предпринимателям настороженно. Более того, в современной России становится распространенным мнение, что наличие у человека тех или иных моральных принципов лишь сдерживает его продвижение по карьерной лестнице, что, «не перешагнув через себя», через установленные предыдущими поколениями нравственные принципы, невозможно достигнуть успеха в жизни, в том числе в сфере предпринимательства [Дудар, 2014, с. 5-6]. Образ предпринимателя сегодня включает в большей степени критические характеристики [Дадаева, 2021]. Значительная часть россиян весьма негативно оценивает нынешний российский бизнес, при этом поддерживая предпринимательство как вид социально-экономической деятельности. Такое противоречие имеет как субъективные, так и объективные основания. В развитии предпринимательства население видит немало положительного, но и немало отрицательного. Предприниматель осуждается в глазах общества из-за своего морального облика, а одобряется за определенные свойства характера, не имеющие столь негативной окраски [Мазунина, 2015]. В

молодежной среде распространена противоречивость характеристик предпринимателя, а в современном общественном сознании укоренился негативный образ предпринимателя, поддерживаемый средствами массовой информации [Цурик, 2013]. При этом отмечается, что образ предпринимателя окрашен в отрицательные тона у представителей более старшего поколения, а молодежь настроена намного более положительно [Емельянова, 2010; Чистякова, 2021; Рахмеева, Клейменов, 2024]. Однако, хотя предпринимательство обладает высокой долей притягательности среди студенческой молодежи, представления большей части молодежи о достойной и интересной предпринимательской жизни соседствуют с опасением официальной юридической регламентации этой деятельности [Никонов, 2017]. В более поздних исследованиях отмечается формирование позитивного облика предпринимателя [Магомедова, 2019], в том числе в СМИ [Тарханова, 2020]. Сами предприниматели в целом отмечают улучшение отношения общества к бизнесу [Боброва, Ковалева, 2015].

Рассмотрим историю предпринимательства в США. В отличие от западноевропейского, американское предпринимательство развивалось своим, самобытным путем. Провозглашение независимости Соединенных Штатов Америки в 1776 г. и результаты Войны за независимость (1775–1883) с Великобританией привели к появлению в этой стране невиданных до этого нигде комфортных условий для частной инициативы и предпринимательства. Конституция США (1789) заложила правовые основы для предпринимательской деятельности американских граждан. В историческом плане рыночное сознание населения США вызревало как воплощение ценностной ориентации людей на достижение личных свобод: свобода частной собственности и предпринимательства воспринимается как часть общих свобод личности [Макаров, 2013]. Радикальные преобразования эпохи Гражданской войны имели следствием то, что «чистый», «классический» капитализм получил самые благоприятные возможности для развития не только на Северо-Востоке, как это было прежде, но также на Юге и Западе.

Следующие пятьдесят лет были отмечены такими основополагающими тенденциями, как стремительная индустриализация всех регионов и выдвижение на ведущую, а вскоре и господствующую позицию в экономике крупных корпораций [Согрин, 2010].

Переход к эпохе большого бизнеса в глазах многих классов и социальных групп заключал в себе серьезные издержки. «Капитаны индустрии» беспощадно сокрушали конкурентов, ради достижения своих целей попирали законы, насаждали коррупцию в государственных органах [там же]. Писатели творили национальный миф о миллиардерах из простолюдинов. В реальности же нижние социальные слои располагали минимальными возможностями вхождения в национальную элиту новых предпринимателей [Согрин, 2012]. С другой стороны, в культуре и искусстве создавались яркие выразительные образы финансовых спекулянтов и дельцов, ловких бизнесменов, занятых исключительно погоней за наживой, и общественное мнение стимулировало принятие законодательства, направленного против трестов и монополий [Алентьева, 2023].

Только в 1930-е гг. действия президента Ф. Д. Рузвельта создали то, что сейчас принято называть социальной ответственностью бизнеса. Это была государственная политика по отчуждению части прибыли крупного и среднего бизнеса на нужды социальной сферы в целях снятия социальной напряженности и обеспечения устойчивости капиталистического общественно-политического строя. Представители бизнеса этой политики не понимали и оказывали ее реализации серьезное сопротивление [Васьков, 2009].

Маятник качнулся в обратную сторону в 1980-х гг., что связано с президентством Р. Рейгана. От многих социальных обязательств отказались ради возрождения духа предпринимательства. Однако Рейган запустил и процесс этатизации экономики и общества, затянувшийся на несколько десятилетий. Чем больше становилась доля расходов, финансируемых централизованно, тем больше появлялось желающих перейти от

предпринимательства к поиску ренты: путь, обратный тому, что вызвал промышленную революцию в Англии [Усанов, 2021]. В настоящее время растет нагрузка на бизнес; стало сложнее создавать новые компании, чем в 1990-е, еще труднее довести эти новые компании до стадии зрелости [там же].

Тем не менее, сохраняются такие издавна присущие американской экономической модели черты, как всемерное поощрение американским обществом и государством предпринимательской активности, благоприятный предпринимательский климат, общественная установка на достижение успеха для каждого человека, независимо от его происхождения и социального статуса [Супян, 2007]. Стереотипное восприятие образа бизнесмена в англоязычной культуре является положительным [Емельянова, 2010].

Таким образом, история российского и американского предпринимательства ярко отражает различия современных слоев предпринимателей в двух странах, равно как и их статус в обществе.

Далее рассмотрим профессионально-социальные особенности представителей субтипажа «топ-менеджер». Топ-менеджер является представителем высшего звена профессиональной группы менеджеров. Слой профессиональных управленцев – менеджеров в общем смысле формируется одновременно с созданием первых государств. С этой точки зрения все правители являются менеджерами. Однако фигура менеджера в современном смысле появляется только при переходе от аграрного к индустриальному обществу. С ростом организации предприниматель осознавал, что сам не в состоянии руководить и управлять всей деятельностью, и начинал делегировать некоторые обязанности своим помощникам. Это были первые менеджеры, не имевшие собственности и получавшие заработную плату. Наряду с противоречием «собственники – рабочие» это привело к возникновению противоречия «собственники – менеджеры», которое называют центральной проблемой современного бизнеса [Ржевская, 2011].

Эти процессы коснулись и российской экономики. Если в 1990-е гг., в начальный период развития России в новой социально-экономической реальности, фиксировался лишь ограниченный спрос на наемный менеджмент, то в 2000-е активизировался переход к наемному менеджменту, которому передавались компетенции в различных областях [Бочарова, 2009].

Основное отличие наемных топ-менеджеров от остальных категорий работников состоит в том, что они от лица собственников осуществляют фактическое руководство компанией, и от них во многом зависит экономическая эффективность деятельности компании. Хотя, с одной стороны, они являются представителями собственников и для работников предприятия, контрагентов, государственных органов являются руководством компании, с другой стороны, сами топ-менеджеры также являются наемными работниками. Как и другие наемные работники, они могут быть уволены. Можно выделить несколько критериев, отличающих топ-менеджеров от руководителей более низкого уровня: это значительное влияние на деятельность компании, подчиненность только представителям собственников и генеральному директору компании, значительная самостоятельность в принятии решений, наличие большого числа подчиненных [Рошин, Солнцев, 2006, с. 8-10]. Важной, и, по-видимому, вечно актуальной проблемой является мотивация топ-менеджмента к достижению целей управляемых ими корпораций [Брасс, 2020]. Зачастую топ-менеджер заинтересован в осязаемых краткосрочных результатах деятельности фирмы, а собственник – в долгосрочном развитии своего бизнеса [Ржевская, 2013]. Большие возможности топ-менеджеров подталкивают их к коррупции и nepотизму [Кохно, 2018].

К отличительным особенностям менеджмента в американских организациях относят ориентацию на потребителя, самостоятельность и находчивость, опору на ценности компании, творческий подход при решении сложных предпринимательских задач, полную отдачу делу, индивидуальную ответственность, ориентацию на будущее, быстрое продвижение по

карьерной лестнице, умение находить новые цели и предвидеть их результаты, ориентация на обдуманый риск [Вафина, 2014].

В России, несмотря на внедрение некоторых принципов заданого менеджмента, сохраняется своя специфика деловой культуры [Дзюба, Аралов, 2017]. При этом взгляды на особенности российского менеджмента у отечественных и зарубежных исследователей различаются; к тому же стоит отметить, что и сами эти особенности динамично меняются со временем [Горбанев, 2010]. Однако устойчивым качеством отечественной ментальности, непосредственно влияющим на специфику менеджмента, является дуализм или двойственность – сочетание противоположностей (догматизм и стремление к новому, аскетизм и мотовство и т.п.) [Богатырев, 2009; Гавриленко, 2024]. И хотя сами российские менеджеры себя больше ассоциируют с «Западом», российским компаниям скорее свойственны черты «восточных» организаций – клановость, диффузность (желание смешивать личное и профессиональное), высококонтекстуальность, высокая дистанция власти, приоритет личных отношений над формальными предписаниями, патернализм и пр. [Гавриленко, 2024а]. Можно ожидать дальнейшего изменения особенностей российского менеджмента в сторону его вестернизации, однако отмечаемая исследователями двойственность, видимо, останется его спутником на долгое время.

Выводы по главе

Антропоцентрическая парадигма гуманитарной науки обуславливает исследовательский интерес к понятию «личность». Первое упоминание языковой личности встречается в работах лингвистов в начале прошлого века, а определение и массовый исследовательский интерес появляются спустя пятьдесят лет. Языковая личность является одной из базовых категорий лингвокультурологии – оформившейся в 1990-е гг. в отечественном языкознании лингвистической дисциплины. Другой базовой категорией

лингвокультурологии является лингвокультурный концепт, под которым понимается многоуровневое ментальное образование, лежащее в сознании, языке и культуре.

Понятия языковой личности и лингвокультурного концепта соединяются в понятии «лингвокультурный типаж» (ЛКТ), который определяется как узнаваемый образ представителей определенной культуры. Будучи абстрактным ментальным образованием, в исследовательском отношении ЛКТ представляет собой разновидность концепта. Это концепт, содержанием которого является типизируемая личность. Теория лингвокультурных типажей представляет собой развитие теории языковой личности в рамках лингвокультурологии.

Можно полагать, что лингвокультурный типаж «деловой человек» и в русском, и в английском языках является комплексным, составным типажом, или супертипажом; в него входят два субтипажа или типажа второго порядка, которые можно обозначить как «предприниматель» и «топ-менеджер». Термины «субтипаж» и «супертипаж» определяются на основании иерархической связи: супертипаж (комплексный, составной типаж) – это ЛКТ, в структуре которого можно выделить один или более субтипажей. Один и тот же ЛКТ может быть одновременно супертипажом по отношению к другому ЛКТ и субтипажом по отношению к третьему.

В научном дискурсе существует тенденция рассматривать предпринимательство как особую деятельность, отличную от простой экономической деятельности с целью получения прибыли. Отличительным признаком предпринимательства выступает инновационный характер данной деятельности. Соответственно, предпринимателю приписываются специфические характеристики, отличающие его от бизнесмена. Однако в то же время предприниматель и бизнесмен могут выступать и синонимами.

История развития предпринимательства в России и США демонстрирует яркую разницу в исторических судьбах социальной группы предпринимателей в двух странах: давнюю традицию подчинения

государству, с одной стороны, и стремления к неограниченной свободе, с другой. Разница, доходящая до противоположности, существует и в статусе предпринимателей в российском и американском обществах: настороженное, недоверчивое отношение и превалирование отрицательных оценок в одном случае и культе независимого предпринимательства – в другом. Впрочем, с течением времени ситуация изменяется, и образ российского предпринимателя постепенно приобретает более позитивные черты. Исследователями отмечаются и особенности, отличающие практику менеджмента в России и США, однако российская деловая культура быстро трансформируется.

ГЛАВА ВТОРАЯ

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ТИПАЖ «ДЕЛОВОЙ ЧЕЛОВЕК» В РУССКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

2.1 Понятийная составляющая

2.1.1 Понятийная составляющая супертипажа «русский деловой человек»

Понятийная составляющая лингвокультурного типажа строится в первую очередь на дефинициях, описаниях и толкованиях номинирующих типаж лексем в лексикографических источниках. Для этой цели следует в первую очередь определить элементы номинативного поля исследуемого типажа.

В отличие от многих других лингвокультурных типажей (таких как «гусар», «интеллигент», «студент» и пр.) ЛКТ «деловой человек» в русском языке обладает спецификой, связанной с некоторой неопределенностью референта его наименования. В современных толковых словарях русского языка отдельная словарная статья «деловой человек», как правило, отсутствует; единственное исключение представляет собой следующее определение: «Деловыми людьми называют тех, кто работает в крупном бизнесе, приносит стране и получает сам большие доходы» [ТСРЯД, с. 267]. Это определение позволяет назвать деловыми людьми крупных бизнесменов и наемных управляющих высшего ранга.

В словарных статьях, посвященных прилагательному *деловой*, одним из значений этого прилагательного как определения человека является «занятый практической стороной дела, коммерческой выгодой» [СРЯ, т. 1, с. 384; БТСРЯ, с. 249]; «знающий толк в коммерческих делах (о дельце)» [ССРЛЯ, т.

3, с. 683]. Буквальное толкование словосочетания *деловой человек*, исходящее из словарных определений прилагательного *деловой*, позволяет отнести к деловым людям всех тех, кто осуществляет деятельность, направленную на получение личной выгоды.

В специальных экономических словарях отдельной словарной статьи, посвященной термину «деловой человек», обнаружить не удалось. Однако в лингвистических исследованиях делается вывод, что в текстах деловой прессы деловым человеком называется тот, кто работает в бизнес-среде и придерживается определенного стиля поведения; при этом «предприниматель», «бизнесмен», «руководитель», «топ-менеджер» и пр. по смыслу не разграничиваются [Погодаева, 2009]. Отсюда современный деловой человек в бизнес-прессе – это, во-первых, владелец (собственник) того или иного бизнеса, и, во-вторых, управленец (наемный топ-менеджер), которому может принадлежать определенная часть бизнеса, но его основной функцией является управление доверенным объектом [там же, с. 8]. Составляющими собирательного понятия «деловой человек», несмотря на семантические различия, являются номинации «владелец» («собственник») и «управленец» («наемный менеджер») [Долгова, 2015]. Понимание деловых людей как объемного понятия, объединяющего бизнесменов и менеджеров, не является прерогативой лишь дискурса деловой прессы, проникая, например, в научно-медицинский дискурс – так, в статье «Психологическая характеристика современного делового человека» объектом исследования становятся как предприниматели, так и топ-менеджеры частных и государственных предприятий [Романов, 2006].

В то же время отмечается, что группа «деловых людей», занимающихся экономической деятельностью, дробится по своим характеристикам на множество типажей [Погодаева, 2009]. При этом еще в 1994 г. Т. И. Заславской был введен термин «бизнес-слой» для обозначения социальной группы, объединяющей предпринимателей-собственников, «полупредпринимателей», сочетающих наемную занятость с собственным

бизнесом, и менеджеров, управляющих чужим капиталом или предприятием [Заславская, 1994]. А. Липаев в 2003 г. причислял топ-менеджеров к «новому бизнес-классу», пришедшему на смену «новым русским», и определял их как «респектабельных бизнесменов» [Липаев, 2003]. Здесь же отметим, что к участникам делового дискурса причисляются не только предприниматели, но и управленцы всех звеньев, ученые, клиенты, люди, интересующиеся бизнесом [Ширяева, 2011].

Учитывая вышесказанное, мы полагаем, что к эталонным представителям ЛКТ «деловой человек» в русской лингвокультуре относятся предприниматели и наемные топ-менеджеры, управляющие чужим капиталом или предприятием. Наемные менеджеры среднего и низшего звена составляют периферию типажа: очевидно, что по своему социальному положению, возможностям, образу жизни они отличаются от эталона делового человека. Отнесение к периферии мелких предпринимателей представляется на данный момент дискуссионным вопросом.

Комплексный ЛКТ «русский деловой человек» как таковой представлен в лексической системе русского языка собственно словосочетанием *деловой человек*. Специфика его семантики связана со значением прилагательного *деловой*, соотносящегося с многозначным существительным *дело*, в ходе языковой эволюции породившим несколько однокоренных существительных, обозначающих лиц, занятых некоторой деятельностью: *деловец*, *деловица*, *дельник* и т. п. [Ильинова, 2020]. Как минимум с XVIII в. словосочетание *деловой человек* обозначает делопроизводителя; но уже с XIX в. *деловому человеку* приписывается обладание капиталами [Северская, 2014]. Многозначность прилагательного *деловой* отражается и на значении словосочетания *деловой человек*: «так на протяжении веков называют самых разных людей с определенным набором личностных качеств: толковых, способных к работе, умелых и предприимчивых, знающих и опытных в делах, т. е. дельных и деловитых» [там же, с. 371].

В определениях толковых словарей обнаруживается единственный синоним словосочетания *деловой человек* – это существительное *деловик*, которое единодушно определяется словарями как просторечное и/или устаревшее обозначение делового человека, без дальнейшего уточнения [БТСРЯ, с. 249; СРЯ, т. 1, с. 384; БАСРЯ, т. 4, с. 652; ССРЛЯ, т. 3, с. 684]. Таким образом, поверхностный понятийный слой супертипажа «деловой человек» оказывается представлен в лексикографических источниках крайне скудно: можно лишь констатировать многозначность номинирующего его словосочетания.

Материалом исследования случаев употребления словосочетания *деловой человек* в НКРЯ являются совокупность примеров его использования с 2000 по 2019 г. То же относится и к элементам номинативных полей субтипажей «российский предприниматель» и «российский топ-менеджер», исследуемых ниже.

В примерах из основного корпуса НКРЯ выявлено 243 случая употребления словосочетания *деловой человек*, из них релевантных – 155 случаев (64%). По причине очевидно недостаточного количества данных примеров было решено использовать подкорпус социальных сетей и подкорпус центральных СМИ. В первом из них было обнаружено 165 случаев употребления словосочетания, из них релевантных – 77 (47%); во втором – 1086 случаев употребления словосочетания, из них релевантных – 568 (52%). Таким образом, собственно анализируемый корпус материалов составил 800 случаев релевантного употребления словосочетания *деловой человек*.

К нерелевантным случаям употребления были отнесены случаи, в которых данное словосочетание:

1) используется в другом значении (*Мы все так или иначе деловые люди, то есть нам это нужно для того, чтобы знать, который час, и т. д.* (Е. В. Петровская. Безымянные сообщества (2010)));

2) относится к реалиям иного места или времени (*В шестидесятых чуть не разразилась катастрофа: некие деловые люди пытались выкупить ресторан под супермаркет.* (Дина Рубина. Русская канарейка. Блудный сын (2014)));

3) является именем собственным или составляет его часть (*Как хороши были в те годы даже простенькие комедийные картины: «Три плюс два», «Деловые люди», «Гусарская баллада»!* (Ант Скаландис. Главы из книги // «Наука и жизнь», 2008));

4) составляет часть заголовка: *Любовь Стоцкая. Мундир делового человека (2004) // «Бизнес-журнал», 13.02.2004.*

Также не вошли в анализ случаи употребления словосочетания в примерах, уже встречавшихся в корпусе (дубликаты). Аналогичные критерии релевантности были применены при исследовании прочих лексем, репрезентирующих субтипажи ЛКТ «русский деловой человек».

Следует отметить, что почти во всех релевантных примерах словосочетание *деловой человек* либо обозначает бизнесмена, либо обладает диффузным значением, не позволяющим конкретизацию в рамках контекста. В некоторых случаях встречаются явные примеры употребления словосочетания в общем смысле, включающем как предпринимателей, так и менеджеров: *До недавнего времени Игорь был преуспевающим деловым человеком, он работал в одной из известных фармакологических компаний. Несмотря на свой возраст (ему нет и 30 лет) он занимал хорошую должность, но не собирался на этом останавливаться.* (vechniyzov.livejournal.com vechniyzov (2013)); *Девушка принципиально решила дождаться руководителя компании, но уже вовсе не с целью получить работу, а скорее наоборот, чтобы сообщить о том, как важно бережно относиться ко времени других деловых людей* (Зачем корпорациям нужны программы поддержки социально значимых проектов // Ведомости, 2015.06.22); *И это прежде всего относится, конечно, к деловым людям –*

предпринимателям и менеджерам (Гурко Тамара. И СЛОВОМ И ДЕЛОМ // Труд-7, 12.01.2001).

2.1.2 Понятийная составляющая субтипажа «российский предприниматель»

Субтипаж «предприниматель» на лексическом уровне выражается собственно лексемой *предприниматель* и ее синонимами. Т. А. Милехина указывает, что в русском языке присутствуют лишь четыре названия лиц, профессионально занимающихся предпринимательством – это *бизнесмен*, *предприниматель*, *воротила* и *делец* [Милехина, 2008]. Однако с этим сложно согласиться: в словарях синонимов русского языка существительному *делец* соответствуют лексемы *предприниматель*, *бизнесмен*, *фирмач* (с пометой «разг.»); *деляга* (с пометами «прост.» и «неодобр.») и *деловик* (с пометами «устар.» и «прост.»). Крупного дельца называют *воротилой* (с пометой «разг.») [ССРЯА, 2001, с. 102; ССРЯМ, 2009, с. 91]. В другом источнике синонимический ряд лексемы *бизнесмен* представлен существительными *делец*, *коммерсант*, *предприниматель*, (устар.) *деловик*, (разг.-сниж.) *деляга*, (разг., неодобр.) *воротила*, (разг.-сниж.) *заправила*, (разг.-сниж.) *фирмач*, (разг.-сниж., неодобр.) *хозяйчик* [Парышева, 2022, с. 237]. Наконец, в еще одном словаре синонимов этот ряд включает существительные *делец*, *коммерсант*, *предприниматель*, *деловик* (устар.), *воротила* (разг.) [ССРЯБ, 2011, с. 435]. Представляется, что в этот же ряд можно добавить существительные *частник*, *капиталист* и *буржуа* (и его просторечный вариант *буржуй*), а *воротиле* можно сопоставить существительное *магнат*. Сленговым синонимом-производным от *бизнесмен* также является однокоренное существительное *бизнюк* (с соответствующим феминитивом *бизнючка*) [ПССДО, с. 20]. Здесь же отметим лексему *бизнес-класс* как собирательное обозначение бизнесменов [Макарова, 2007], характеризующуюся омонимией.

Рассмотрим представление данных лексем в лексикографических источниках, при необходимости кратко резюмируя их историю в русском языке.

Русское слово «бизнесмен» является очевидным заимствованием, происходя от англ. *businessman*. Оно появилось в русском языке в начале XX в. [ЭССРЯ, с. 40], уже в советскую эпоху [ЭСРЯ, т. I, вып. 2, с. 117] – очевидно, в первой половине 1920-х гг. В НКРЯ оно впервые зафиксировано в 1925 г. (как и слово *бизнес*). В словаре иностранных слов 1937 г. этот неологизм (или, скорее, уже экзотизм) определяется как «деловой человек, делец» (*a man of business*) [СИС, с. 25]. Таким образом, можно констатировать сужение значения слова, произошедшее при заимствовании (англ. *businessman* обозначает не только предпринимателей, подробнее см. в разделе 3.1). В большом словаре русского литературного языка советского периода (время выхода – 1950–1965 гг.) словарная статья «бизнесмен» отсутствует вовсе, но в более позднем советском словаре оно получает определение через синонимы: «Делец, предприниматель» [СРЯ, т. 1, с. 89]. Схоже его определение и в словаре иностранных слов 1974 г. – «делец, коммерсант, предприниматель» [КСИС, с. 49].

После 1991 г. с наступлением новой социально-экономической реальности слово *бизнесмен* наряду с многими другими заимствованиями теряет свою экзотичность [Маринова, 2008], что фиксируется толковыми словарями [Иванова, 2011]. Примечательно, что весьма схожую историю в русском языке демонстрирует и слово *бизнес* [Митяева, Шитова, 2015].

В большинстве современных толковых словарей присутствует два вида определений данного существительного: в первом из них производится отсылка к бизнесу как деятельности бизнесмена, во втором *бизнесмен* определяется через синонимы «предприниматель» и «делец». Эти определения в словарной статье иногда перечисляются через запятую, а иногда – через точку с запятой: «Тот, кто занимается бизнесом; предприниматель, делец» [БТСРЯ, с. 77]; «Предприниматель; тот кто

занимается бизнесом» [ТССРЯ, с. 38]; «Человек, занимающийся бизнесом, предприниматель» [РСС, т. 1, с. 303]; «Человек, занимающийся бизнесом, предприниматель; тот, кто делает бизнес на чем-н.» [ТСРЯ, с. 47]; «Организатор бизнеса; предприниматель, коммерсант» [ТСРЯКХХ, с. 86]; «человек, занимающийся бизнесом, предприниматель, делец, коммерсант» [БШС, с. 26]. В двух других словарях приводится лишь определение через указание на синонимы: «Делец, предприниматель» [БАСРЯ, 2004, т. 1, с. 636]; «Предприниматель, делец» [БТСППР, с. 64] (в последнем случае с пометой «книжн.»). В современном словаре иностранных слов приводится аналогичное определение, совмещающие в себе указания на синонимы и на бизнес как деятельность бизнесмена: «коммерсант, организатор бизнеса, предприниматель» [СИССРЯ, с. 93].

В экономических словарях слово *бизнесмен* определяется в этом же духе: «деловой человек, предприниматель, антрепренер, лицо, занимающееся собственным бизнесом, имеющее свое дело в целях получения прибыли или иной выгоды» [БЭС, 1999, с. 67]; «человек, занимающийся бизнесом, предприниматель» [ССЭТ, с. 30]. В словаре-справочнике терминов для деловых людей «бизнесмен» определяется как «делец, коммерсант, предприниматель, человек, делающий выгодное дело» [Намятова, 2012, с. 17].

Также в одном из словарей упоминается второе значение слова: «Омошеннике, жулике» [ТСРЯКХХ, с. 87]. Однако подобное значение, связанное с криминальной аурой бизнес-процессов конкретного времени, быстро отошло в прошлое, и «понятие *бизнес* и соответственно *бизнесмен* фактически вернули себе первоначальное значение, существующее в языке-источнике, – дело, деловой человек, – и стали употребляться преимущественно как нейтральные, без негативных коннотаций» [Воронцова, 2005, с. 57-58]. По мнению Н. В. Черниковой, оценочность лексемы, наряду с многими другими, к настоящему времени полностью еще не установилась, но вместе с тем наблюдается тенденция к их оценочной нейтрализации [Черникова, 2008].

На русской почве у существительного *бизнесмен* появились производные лексемы – прилагательное *бизнесменский*, существительные *бизнесменка* и *бизнесменство*, глагол *бизнесменствовать*, демонстрирующие разговорный характер употребления, экспрессивные оценки смысла и сниженные оценочные коннотации [Крюков, 2012].

Слово *предприниматель* возникло в русском в книжном русском языке не ранее 1840–1850-х гг. и было образовано под сильным влиянием франц. *entrepreneur*. В журнально-публицистическом языке 1850-х гг. это слово еще звучало как неологизм [Виноградов, 1999, с. 980]. Его внутренняя форма прозрачна: предприниматель – это тот, кто предпринимает что-либо. Это слово встречается в толковом словаре В. И. Даля и истолковано чисто морфологически: «предпринявший что-либо» [ТСЖВРЯ, т. 3, с. 382]. Хотя подобное толкование отражает реальное словоупотребление, с 1860-х гг. номинация *предприниматель* устойчиво связывается с представлением о деятельности в экономической или финансовой сфере [Северская, 2014].

В словарях советского периода предприниматель определялся как «капиталист – владелец промышленного, торгового и т. п. предприятия» [СРЯ, т. 3, с. 369]; к этому определению могли добавляться второстепенные: «организатор выгодного дела, выгодного предприятия» и «то же, что антрепренер» с пометой «устар.» [ССРЛЯ, т. 11, с. 158]. В 1990-х гг. его словарные определения претерпели эволюцию, схожую с эволюцией определений существительного *бизнесмен* [Иванова, 2011]. Данная лексема наряду с другими экономическими терминами перешла из пассивного словарного состава языка в активный [Корнеева, 2008].

В современных словарях словарная статья «предприниматель» зачастую указывает на два значения: это 1) владелец предприятия (а также, возможно, также деятель в экономической, финансовой сфере) и 2) организатор выгодного дела или мероприятия [ТСРЯД, с. 984; БТСРЯ, с. 960; ТССРЯ, с. 517].

В одном из словарей второму значению приписывается оттенок неодобрения, а также добавляется устаревшее значение «антрепренер» [БАСРЯ, т. 19, с. 575-576]. Еще в одном из словарей вторым значением выступает «предприимчивый и практичный человек» [ТСРЯ, с. 581].

В случае приписывания слову одного значения оно объединяет в себе указания на наличие своего дела и владение предприятием, а также на риск подобной деятельности: «Тот, кто имеет свое дело, владеет предприятием или на свой риск занимается какой-л. экономической деятельностью, приносящей личный доход» [ТСРЯКХХ, с. 497]; «Деятель в экономической, финансовой сфере – владелец или совладелец предприятия, фирмы» [РСС, т. 1, с. 303]. В одном случае определение сужается до указания на наличие предприятия в собственности: «Владелец предприятия (торгового, промышленного и т.п.)» [СРЛЯ-XXI, с. 817].

Здесь же отметим, что в российском законодательстве о предпринимательстве широко используется термин «индивидуальный предприниматель» – в отличие от существительного *бизнесмен*, отсутствующего в качестве официального термина [Кравцова, 2014].

Существительное *коммерсант* является заимствованием из франц. *commerçant* «торговец» и вошло в русский язык в XVIII в. уже после существительного «коммерция» и прилагательного «коммерческий» [ИЭССРЯ, т. 1, с. 418; ЭСРЯФ, т. 2, с. 303]. Отсюда его определения в советских словарях иностранных слов как «лицо, занимающееся частной торговлей; купец» [СИС, с. 280]; «лицо, занимающееся частной торговлей (коммерцией)» [КСИС, с. 136]. В толковых словарях советского периода определение существительного однозначно указывало на торговца, преимущественно крупного: «в буржуазном обществе – лицо, занимающееся торговлей, преимущественно в крупных размерах» [ССРЛЯ, т. 5, с. 1242]; «Тот, кто занимается коммерцией» [СРЯ, т. 2, с. 83] (коммерция определялась в том же словаре как «торговля, торговые операции»).

Большая часть современных толковых словарей продолжает эту же линию [БТСРЯ, с. 445; РСС, т. 1, с. 304; СРЛЯ-XXI, с. 376; ТСРЯ, с. 287; ТССРЯ, с. 235, ТЭТСИСРЯ, с. 263]. Другие же источники, однако, указывают на расширение значения слова: «Тот, кто занимается коммерцией; предприниматель» [БАСРЯ, т. 8, с. 305; ТСРЯКХХ, с. 309].

То же самое касается специализированных экономических словарей: часть из них по-прежнему понимает под коммерцией исключительно торговую деятельность, а под коммерсантом – предпринимателя-торговца [БЭС, с. 309-310; СЭТ, с. 83]; а часть – фиксирует расширение смысла у обоих слов [ССЭТ, с. 150; ЭС, с. 297-298].

Более того, исследователями отмечается, что как в современном деловом языке, так и с позиции российского законодательства коммерцией является любая деятельность, направленная на извлечение прибыли [Дедиков, 2020; Воронцов, 2022]. Поэтому следует не согласиться с И. Р. Сапрун относительно того, что семантика слова *коммерсант* ограничивается сферой торговли, купли-продажи [Сапрун, 2011] – подобное мнение отражает устаревающее словоупотребление.

Согласно данным Нового частотного словаря [НЧС, 2009] наиболее часто употребляемыми словами из синонимического ряда оказываются *предприниматель*, *бизнесмен* и *коммерсант* (соответственно 49,7, 29,5 и 11 *ipm*, где *ipm* – число употреблений на миллион слов корпуса). Все прочие обладают намного более низкой частотой употребления: *капиталист* – 5,3, *частник* – 4,3, *магнат* – 3,9, *делец* – 3,7, *буржуй* – 3,1, *буржуа* – 1,6, *воротила* – 1,5, *фирмач* – 0,6, *заправила* – 0,5, *деляга* – 0,4 *ipm*. Существительные *хозяйчик* и *бизнюк* в корпусе словаря не представлены. Собирательное существительное *бизнес-класс* обладает невысокой частотой 1,2 *ipm*, однако эта цифра относится ко всем его омонимам, и, соответственно, реальная частота должна быть еще ниже.

Таким образом, лексемы *предприниматель*, *бизнесмен* и *коммерсант* оказываются высокочастотными и почти полными синонимами. Лексемы

капиталист, частник, делец и буржуа, хотя и являются в целом синонимами первых трех, являются низкочастотными.

Прочие низкочастотные лексемы либо стилистически маркированы (*буржуй, делега*), либо лишь частично пересекаются своим значением с доминантой семантического ряда (*магнат*), либо обладают обоими этими признаками (*хозяйчик, воротила, заправила, фирмач*).

В работе Е. В. Долговой в качестве номинаторов типажа «предприниматель» выделены также такие существительные, как *собственник, создатель, владелец и основатель* [Долгова, 2015]. Однако эти существительные (сюда же стоит отнести и *хозяин*) могут обозначать предпринимателя только в определенном контексте – в сочетании (реальном либо подразумеваемом) с существительным, указывающим на вид предприятия: *собственник бизнеса, создатель компании, владелец магазина* и т. п.

Таким образом, главными (ядерными) элементами лексико-семантического поля, соотносимого с субтипажем «предприниматель», являются *предприниматель, бизнесмен* и *коммерсант*. Далее в работе случаи употребления именно этих лексем будут рассматриваться в качестве материала для исследования данного типажа.

Материалом для исследования субтипажа «предприниматель» выступают примеры из основного корпуса НКРЯ, включающие лексемы *бизнесмен, предприниматель* и *коммерсант*. В силу того, что в корпусе количество примеров с лексемами *бизнесмен* и *предприниматель* значительно превышает количество примеров с лексемой *коммерсант*, было принято решение ограничиться максимальным количеством в 2000 примеров для каждой из лексем. Количество и соотношение релевантных и нерелевантных примеров с данными лексемами представлены в таблице 1.

Таблица 1. Лексемы, номинирующие субтипаж «предприниматель» в НКРЯ, отсортированные по общему количеству исследованных примеров

Лексема	Общее кол-во	Из них релевантные	Из них релевантные, %
<i>бизнесмен</i>	2000	1432	72
<i>предприниматель</i>	2000	1376	69
<i>коммерсант</i>	1103	434	39
ВСЕГО	5103	3242	64

2.1.3 Понятийная составляющая субтипажа «российский топ-менеджер»

Субтипаж «топ-менеджер» также соотносится с лексико-семантическим полем, ядро которого состоит из нескольких элементов. Это лексемы и словосочетания, обозначающие менеджеров высшего звена (руководителей, топ-менеджеров).

В специализированной литературе присутствуют различные мнения относительно того, кого следует относить к топ-менеджерам. Приведем некоторые определения: «Топ-менеджеры – работники, занимающие высшие руководящие должности и оказывающие наиболее существенное и непосредственное влияние на итоговые результаты деятельности компании» [СМСС, с. 77]; «Топ-менеджеры – это представители высшего руководящего звена крупных компаний и/или компаний, вносящих наиболее значительный вклад в экономику страны/мира» [Фурсова, Петрова, 2021, с. 127]. Наиболее распространенным является утверждение, что к этой группе следует относить руководителей высшего звена управления, принимающих стратегические решения в отношении всех аспектов развития организации, ее функционирования и от решений и действий которых напрямую зависит перспективная и оперативная деятельность организации [Тощенко, 2012]. Насколько оправданно относить к топ-менеджерам высших руководителей в сфере государственной жизни, в политических партиях и объединениях, в

сфере образования, науки, религии, в средствах массовой коммуникации, является дискуссионным вопросом [там же].

Собирательная номинация топ-менеджеров как профессиональной группы производится при помощи лексемы *топ-менеджмент*, которая определяется как «группа руководителей организации высшего уровня иерархии, которые ежедневно несут ответственность за эффективное управление этой организацией» [Кохно, Кохно, Артемьев, 2018, с. 7].

При этом отмечается, что в современной российской научной и деловой литературе пока не сложилось устойчивого термина, соответствующему английскому *top manager*. В научных и деловых статьях, законодательстве и статистике, практике российских компаний и зарубежных филиалов используются различные термины. В российских компаниях для названия должностей топ-менеджеров используется огромное число различных терминов [Рощин, Солнцев, 2006, с. 8-14]. В бизнесе и деловой литературе для общего обозначения данного круга должностей наиболее часто используется термин *топ-менеджер*, в научной литературе – *топ-менеджер*, *менеджер*, *руководитель*, *директор*, *высший менеджер* и т. д. [там же, с. 12-13]. Впрочем, нужно учитывать, что таковой представлялась ситуация на 2006 г., и за это время языковая практика могла несколько измениться.

Представляется, что можно выделить лексемы и словосочетания-номинативы, относящиеся к ядру лексико-семантического поля, соответствующего субтипажу «топ-менеджер»: это собственно *топ-менеджер*, собирательное *топ-менеджмент*, а также словосочетания, образованные по моделям *высший X* и *X высшего Y*, где *X* указывает на существительные *менеджер*, *руководитель* и *управленец*, а *Y* – на существительные *звено*, *ранг* и *уровень* [Ильинова, 2025а].

Русское существительное *топ-менеджер* является англицизмом и происходит от англ. *top manager* [Сигидов, Кочкина, 2019]. Этот неологизм относится к группе образованных от другого существительного при помощи

аффиксоидов – словообразовательных формантов, занимающих переходное положение между корневыми и аффиксальными морфемами; в данном случае это префиксоид *топ-*, используемый и в создании других существительных (*топ-модель, топ-лист, топ-чиновник*) – впрочем, кажется, не слишком продуктивный в русском языке. Опорный компонент этого сложносоставного новообразования представлен существительным *менеджер*, равным самостоятельному слову – также заимствованию из английского языка, однако более раннему.

Префиксоид *топ-* является неогенным [Григоренко, 2019]. Самое раннее употребление существительного с префиксоидом *топ-* в НКРЯ датируется 1993 г. (*топ-модель*). Отсюда время вхождения англоязычного компонента *топ-* в русский язык по данным НКРЯ можно обозначить началом 1990-х гг., вопреки утверждениям о том, что это невозможно [Шаповаленко, 2021].

В нескольких словарях данный префиксоид обозначен как первая часть сложных слов и описывается как обозначающий превосходную положительную степень характеристики: «Вносит зн. лучший, самый модный, самый популярный, высокооплачиваемый и т.п.» [СРЛЯ-XXI, с. 1176]; «Обозначает: высший разряд, самый главный, наивысший, принадлежащий к верхушке, максимальный» [СНТСРЯ, с. 577]. Существительное *топ-менеджер* впервые отмечается в НКРЯ в 1996 г., *топ-менеджмент* (тоже очевидный англицизм) – в 2000 г.

Определения существительного *топ-менеджер* встречаются только в словарях неологизмов: «Менеджер (см.) высшего звена управления» [СНТСРЯ, с. 578]; «Руководитель высшего уровня на предприятии, в организации, несущий ответственность за эффективное управление» [НСЗ-90-3, с. 1109]. То же касается существительного *топ-менеджмент*: «Группа руководителей высшего уровня, несущая ответственность за деятельность компании» [СНТСРЯ, с. 579]. Можно отметить одновременное употребление

заимствования и его русской кальки: *топ-менеджмент* / *менеджмент высшего звена* [Борщевская, 2012].

Таким образом, в словарях топ-менеджер определяется как менеджер или руководитель высшего уровня или звена.

Имя субтипажа «топ-менеджер», в отличие от имени субтипажа «предприниматель», в основном корпусе НКРЯ не имеет конкурентов в частотном аспекте. В таблице 2 представлены количественные сведения о присутствии в основном корпусе НКРЯ лексем из лексико-семантического поля, связанного с субтипажом «российский топ-менеджер».

Таблица 2. Лексемы и словосочетания, номинирующие субтипаж «российский топ-менеджер» в НКРЯ, отсортированные по общему количеству исследованных примеров.

Лексема или словосочетание	Общее кол-во	Из них релевантные	Из них релевантные, %
<i>топ-менеджер</i>	486	406	84
<i>высшее руководство</i>	199	21	11
<i>топ-менеджмент</i>	84	71	85
<i>высший руководитель</i>	68	4	6
<i>высший менеджмент</i>	26	22	85
<i>высший менеджер</i>	19	14	74
<i>высший управленец</i>	3	1	33
Все прочие	41	31	76
ВСЕГО	926	571	62

Из таблицы 2 становится очевидным, что примеры с однокоренными лексемами *топ-менеджер* и *топ-менеджмент* составляют большинство всех примеров (62%) и подавляющее большинство релевантных примеров (83%).

Собирательное словосочетание *высшее руководство*, хотя и представлено в корпусе, зачастую отправляет к другим реалиям (чаще всего обозначая высшее руководство страны). Количественные параметры прочих примеров, представленных в таблице 2 в ряду «Все прочие», приводятся ниже в таблице 3. На пересечении колонок и рядов, соответствующих лексемам X и Y, приводятся количество примеров словосочетаний *X высшего Y*. Из таблицы 3 становится очевидно, что лидерами по частоте являются словосочетания *руководитель высшего звена* и *менеджер высшего звена*.

Таблица 3. Словосочетания вида *X высшего Y*, номинирующие субтипаж «топ-менеджер» в НКРЯ (в скобках – количество релевантных).

X / Y	<i>Звено</i>	<i>Ранг</i>	<i>Уровень</i>
<i>Руководитель</i>	15 (12)	3 (0)	1 (0)
<i>Управленец</i>	1 (1)	1 (0)	–
<i>Менеджер</i>	20 (18)	–	–
Всего	36 (31)	4 (0)	1 (0)

Таким образом, базой дальнейшего исследования ЛКТ «деловой человек» и его субтипажей являются 4613 релевантных примеров словоупотребления выделенных ранее лексем и словосочетаний, отобранных из 7523 примеров корпуса. Далее в разделах 2.2 и 2.3 на основе релевантных примеров из корпуса исследуются перцептивно-образная и ценностная составляющие ЛКТ «российский деловой человек» и его субтипажей.

2.2 Перцептивно-образная составляющая

2.2.1 Перцептивно-образная составляющая супертипажа «российский деловой человек»

Перцептивно-образная составляющая ЛКТ подразумевает прежде всего его описание в типичных ситуациях его деятельности. В данной работе мы следуем исследовательской модели описания лингвокультурного типажа, чьей составляющей является так называемый паспорт типажа, включающий внешний образ, одежду, возраст, гендерный признак, происхождение, место жительства и характер жилища, сфера деятельности, досуг, семейное положение, окружение, речевые особенности [Дмитриева, 2007]. При этом в работе О. А. Дмитриевой в пункте «внешний облик» описываются стереотипные действия и поведение; здесь же дается возрастная характеристика. В данной же работе, в отличие от исследования О. А. Дмитриевой, паспортные характеристики формулируются несколько иным образом как более релевантные для целей описания типажа: 1) внешний образ (внешность, одежда, аксессуары), 2) возраст, 3) гендерный признак, 4) происхождение, 5) место жительства и характер жилища, 6) сфера деятельности, 7) досуг, 8) семейное положение, 9) окружение, 10) речевые особенности, 11) характеристики мышления и поведения, 12) собственность и финансовое положение. На основании этого перечня и на материале НКРЯ исследуются как характеристики супертипажа «деловой человек», так и двух выделенных ранее его субтипажей.

Паспорт комплексного типажа «российский деловой человек» может быть построен на основе анализа примеров употребления словосочетания *деловой человек*. Паспорт лингвокультурного типажа представлен ниже.

1. Внешний образ. Судя по примерам, внешний образ российского делового человека довольно расплывчат. В примерах представлены

противоположные описания: деловой человек может быть как несимпатичным, так и ухоженным и красивым.

В примерах упоминаются такие элементы внешнего облика, как часы, ручка, визитная карточка: *Деловые люди будут рады новинкам этого года от ведущих компаний – производителей техники. LG, Samsung, Sony, Motorola и Apple сконцентрировали свое внимание на многофункциональных часах, которые могут составить конкуренцию смартфонам по объему внутренней и оперативной памяти, ПО и практичности.* (vk (29.08.2014)); *Есть часы для деловых людей и для студентов, электронные часы и часы со стрелками, а также два в одном.* (shadow3d. liveinternet.ru shadow3d (2013)); *Говорят, что делового человека отличают машина, ботинки и часы.* (Рабочее настроение – в домашней обстановке (2003) // «Мир & Дом. City», 15.09.2003); *Деловые люди всегда пользуются только собственным пером.* (Андрей Рубанов. Сажайте, и вырастет (2005)); *Некоторые делают это путем рекламных объявлений в газету, другие предпочитают «сарафанное радио», но личная визитная карточка по-прежнему остаётся неотъемлемым атрибутом делового человека.* (velereya. blogspot.com velereya (21.10.2013)); *Визитная карточка – необходимость для делового человека.* (dana-volna. blogspot.com dana-volna (12.07.2012)).

Из аксессуаров также упоминается барсетка и портфель: *Кожаный портфель, как сейчас говорят, непрменный must have любого делового человека.* (Анна Рыжова. Шик-блеск для бизнеса и не только // «Русский репортер», 2012); *Володька потянулся к барсетке, непрменному аксессуару налетевших в Москву из провинции деловых людей мелкого калибра.* (Екатерина Романова, Николай Романов. Дамы-козыри (2002)).

В путешествиях деловой человек использует чемодан: *Чемодан из авиационного алюминия – это классика и выбор деловых людей* (Роскачество разработало советы по выбору чемодана // Известия, 17.04.2019). Часто упоминаемым атрибутом также является электронное устройство – мобильный телефон, карманный компьютер, смартфон, диктофон, планшет:

Большой бизнес-смартфон для тех, кто должен быть готов к работе всегда и в любых условиях. Этому поспособствуют 5-дюймовый экран, предустановленный пакет Polaris Office, стилус для рукописных заметок и мощный аккумулятор, позволяющий обходиться без подзарядки в течение рабочего дня. Солидные размеры дисплея позволяют с удобством набирать текст двумя руками, а строгий дизайн устройства отлично дополняет образ делового человека. (Илья Викторов. «Технозвезды» уходящего года // РБК Дейли, 14.12.2012); Выглядит Dell XPS 13 строго и вместе с тем свежо и легко, этот ноутбук нельзя назвать классикой, например как модели от Lenovo, но в то же время в руках делового человека в костюме XPS 13 не будет выглядеть странно. (Артем Лутфуллин. Что получается когда Dell гонится за Apple // Известия, 29.03.2012); Основными потребителями продукции Microsoft являются деловые люди, использующие коммуникаторы и карманные компьютеры для работы. (Microsoft раздумывает над созданием конкурента iPhone // Lenta.ru, 05.09.2007); Телефончик мобильный не забудьте. Вы ж деловой человек, вам нельзя без телефона. (Леонид ЗАХАРОВ. Записки из качалки // Комсомольская правда, 30.05.2002); Хотя, настоящему деловому человеку сейчас без планшетов никуда. (klirimaggi. liveinternet.ru klirimaggi (2013)).

В целом для делового человека характерно следование определенному дресс-коду: *Есть деловые люди, которым необходимо соблюдать дресс-код (Алексей Зимин. С той ноги // lenta.ru, 22.11.2016); Наконец, деловым людям, которым приходится подчиняться правилам дресс-кода, можно подарить классические часы с респектабельными усложнениями вроде турбийона, вечного календаря и того же индикатора второго часового пояса – пригодится не в экстремальных путешествиях, а в деловых командировках (Вероника Гудкова. Мужские достоинства // lenta.ru, 18.02.2016); В банке, в архитектурном бюро и в fashion-бизнесе дресс-код разный, но он тем не менее есть. Одежда делового человека – следование правилам,*

самовыражение на втором месте, но одно не исключает другое (РБК Daily. Ян Аерц, вице-президент Мехх, о зимних трендах // РБК Дейли, 07.06.2013).

Наиболее часто упоминаемый предмет одежды – это костюм: *К нам в гости пришли какие-то деловые люди в официальных костюмах. (vk (23.10.2015)); Костюмы – обязательная часть гардероба делового человека, однако теперь, в отличие от, например, середины прошлого века, мужчина может себе позволить носить не только костюмы, но и появляться на работе в более неформальном виде, в вещах, которые ему приятны и удобны: например, надеть кашемировый пиджак и джинсы, а в какой-то ситуации сменить ботинки на кроссовки. (Записала Вероника Гудкова. «Лидерство – не вопрос состязания, а вопрос выживания» // lenta.ru, 07.01.2018); Некоторые отечественные модники до сих пор полагают, что бежевый костюм – неплохой летний вариант для делового человека: нежарко и элегантно. (Юлия ВербиЕкатерина Петухова. А я весь в белом // lenta.ru, 29.08.2014).*

Также в примерах встречаются упоминания о носках, ботинках, пиджаках, рубашках, галстуках, брюках, куртках, пальто и золотой цепи на шее: *Деловых людей всегда отличают хорошие ботинки. (vk (13.10.2015)); Нашего дорогого благодетеля и кандидата от блока благотворителей находят в лесополосе в овраге под кустом в безупречном пиджаке, только голова у него набок, как у рублёвого цыплёнка. Разбойники? Да какие там разбойники, если на беленькой шее нашего цыплёнка сиротливо рыжеет полукилограммовая цепь ордена деловых людей. (Е. Ю. Каминский. Чудотворец (начало) // «Волга», 2000); С почтением глянув на малиновый пиджак Трубникова, на золотую цепь, на дорогой кожаный пояс, на котором висело все, что может понадобиться деловому человеку в дороге, служащий отбыл в кассы. (Геннадий Прашкевич, Александр Богдан. Человек «Ч» (2001)); Белые, красные и других ярких цветов носки недопустимы в рабочем гардеробе делового человека. (vk (25.11.2014)); Если мне будет позволено дать совет по самой актуальной покупке для наступающей зимы, то я*

рекомендую пополнить гардероб делового человека городской курткой с верхом из кашемира и меховой подкладкой. (Фабрио Консерва, глава компании Fedeli Cashmere. «Классическая одежда демонстрирует состоятельность»: Фабрио Консерва о неприходящих ценностях // РБК Дейли, 01.11.2013); Летом в них не жарко, а зимой деловой человек, как правило, перемещается в автомобиле и из него, накинув пальто, переходит в помещение с комфортной температурой (Дамиано Лабриччоза, старший портной компании Brioni. Старший портной компании Brioni Дамиано Лабриччоза о костюме на заказ // РБК Дейли, 01.03.2013); Для делового человека умение сочетать рубашку и галстук вовсе не является лишним, ведь выглядит небрежно могут себе позволить лишь невероятно богатые люди, да и это уже немодно. (Ольга Наумова. Дополнительное, но не лишнее // Коммерсант, 30.08.2010); Двубортный пиджак, например, нынче не в чести, черный цвет годится только на похоронах, а полосы на брюках делового человека не должны быть шире 1,5 см. (Львова Карина. Расстегните пиджак, сэр! // Труд-7, 02.11.2007).

2. Возраст. Указания на возраст делового человека встречаются в единичных примерах; деловой человек может быть и молодым, и зрелым: *В первую очередь он будет интересен инвесторам и молодым амбициозным деловым людям, поскольку появится практически на границе Центрального округа Москвы в очень насыщенном бизнес-районе, рассуждает Литинецкая. (MR Group построит жилой квартал у Павелецкого вокзала вместе с Мошковичем // Ведомости, 2019.03.13); В его лице есть интеллект, и это дорогого стоит. Есть скрытый нерв, необходимый для роли молодого делового человека, которого достали буквально все – босс, клиенты, теща, Москва. (Заозерская Анжелика. «В нашей жизни не до сантиментов» // Труд-7, 11.10.2007); Типичные покупатели CTS – это деловые люди 30 – 40 лет с высоким уровнем дохода. (Премьера от General Motors // РБК Daily, 18.01.2007); Крупов пришел точно в назначенное время: вот что значит деловой человек! Насколько я смог его рассмотреть в щелку, впечатления на*

меня он не произвел. *Невысокий, полноватый, с большими залысинами, кое-как прикрытыми седящими волосами. Лет около пятидесяти.* (Надежда Трофимова. Третье желание // «Звезда», 2003).

3. Гендерный признак. Деловой человек в единственном числе – это всегда мужчина. Для лиц женского пола употребляется словосочетание *деловая женщина* и его синонимы.

4. Происхождение. О прошлом деловых людей упоминается в нескольких примерах, и почти во всех из них это прошлое криминальное: *Певец Виктор Волько своими сладкими романсами про неверную любовь и предательство затрагивал самые чувствительные струны давно иссохшего михалевского сердца, посему бывший бандит, а ныне деловой человек обеспечивал своего кумира и охраной (какая же звезда в России без охраны-то! Это и не звезда вовсе, а так, шелупонь беспородная), и кое-какими деньгами, и выгодными контрактами на выступления во время частных праздников, и определенного рода услугами.* (Александра Маринина. Последний рассвет (2013)); *Вот, к примеру, бывший (а может, и нынешний) авторитет, а ныне деловой человек (чуть не сказал: честный коммерсант) Николай Иванович Лисицын по кличке Колян Лиса.* (Лев Корнешов. Газета (2000)); *Рязань действительно была одной из самых криминализованных областей: всевозможные банды, группировки. Вершину срубили, а низы... Они теперь деловые люди.* (Герасименко Ольга счастливая мама девятилетнего Кирилла и полуторогодовалой Верони. 125 раз отжался – и руководи! // Труд-7, 19.05.2006).

Встречаются упоминания и о деловых людях, «сделавших себя сами»: *Немало деловых людей создали бизнес с нуля. Олег Тиньков – самый яркий представитель этой когорты. Известный бизнесмен и электроникой торговал, и пельмени производил, и пиво варил... Сейчас развивает банк.* (Александр Зюзяев. Бизнесмен Олег Тиньков: «В России предприниматель — ворюга и гад! Обидно!» // Комсомольская правда, 12.09.2011). В единственном примере деловыми людьми становятся музыканты: *Андеграунд*

не настолько силен, чтобы заявлять о своем праве влиять на формат и создавать молодежные движения, а фавориты стали деловыми людьми (Александр КАТЕРУША. Экс-участник «Короля и шута» Андрей Князев: «Русский рок развалился по той же схеме, что и Советский Союз» // Комсомольская правда, 21.11.2013).

5. Место жительства и характер жилища. В немногочисленных примерах говорится о домах и квартирах деловых людей: *Сегодня Калужское направление позиционируется как место проживания деловых людей, поэтому большинство поселков застраивается по категории, соответствующей «бизнес-классу». Загородных особняков высокого уровня особенно много на территории, прилегающей к комплексу Ватутинки (он относится к Управлению делами Президента РФ). В этом же районе находится и элитный поселок Валуево-2. В признаки его элитности входит то, что в поселке всего 19 домов, в нем круглосуточно дежурит охрана и работают службы сервиса (в том числе и два врача). (Кое-что о вольных людях (2002) // «Домовой», 04.06.2002); Говорят, что делового человека отличают машина, ботинки и часы. Наверное, правильно было бы добавить – и кабинет. И совсем не обязательно офисный. Рабочая комната в доме или квартире способна сказать о своем хозяине ничуть не меньше. (Рабочее настроение – в домашней обстановке (2003) // «Мир & Дом. City», 15.09.2003).*

Иногда встречаются упоминания о наличии и квартиры, и дома за городом (дачи): *Деловые люди предпочитают иметь хорошую квартиру в центре города и дом (Нигина Бероева. За что российским топ-менеджерам так много платят // Комсомольская правда, 16.08.2006); Бизнес отнимает очень много времени, но некоторые деловые люди все-таки находят время что-нибудь мастерить. И не жалеют об этом. У заместителя председателя правления Монтажспецбанка Сергея Ганзи на даче есть столярная мастерская, станок. (Щедрый подарок города // Ведомости, 2003.09.19).*

6. Сфера деятельности. Упоминания о характере деятельности делового человека зачастую неопределенны. Деловой человек работает с людьми и информацией: *Деловому человеку невозможно вести свою деятельность без четкой, ясной и понятной фиксации необходимых для выполнения задач, встреч, звонков.* (Бизнес-софт (2004) // «Бизнес-журнал», 17.08.2004); *Реальную пользу он принесет тогда, когда у нас появятся серьезные WAP-сайты с биржевыми котировками и другой необходимой деловым людям информацией.* (Николай Качурин. Опыт: Воспользоваться услугой GPRS // «Автопилот», 2002); *Рабочий день делового человека включает в себя огромное количество встреч и переговоров, которые часто проходят не в стенах родного офиса* (Адаптироваться в новых условиях помогут эффективные коммуникации // Коммерсант, 30.06.2011); *Соответственно, это будет весьма полезно для занятого делового человека, которому приходится использовать множество портативных гаджетов для обмена информацией* (Артем Михайлов. Создана высокоскоростная зарядка от автомобильного прикуривателя // РБК Daily, 21.04.2011); *По заверениям разработчиков оно должно осуществить мечту каждого делового человека – стереть границы офиса, сделав удобной работу с информацией в любой ситуации* (Олег Богданов, руководитель биржевой службы «КоммерсантъFM» // Коммерсант, 31.05.2010).

Деловой человек часто путешествует по делам, ездит в командировки, в том числе за границу: *Деловые люди за предстоящий день многое могут решить в столице – встретиться, подписать, согласовать, утрясти и вечером отправиться восвояси в полной уверенности, что дело сдвинулось.* (Виктор Пронин. Банда 8 (2005)); *Деловые люди устали таскать с собой в командировки обычные тяжелые ноутбуки.* (Михаил Белянин. Урезанный рост // РБК Daily, 11.08.2008); *Так, уже создана рабочая группа по реализации соглашения по упрощению визового режима, и в рамках этой рабочей группы будут рассматриваться ситуации, о которых вы упомянули, когда, например, некоторые группы населения, такие как деловые люди,*

получают многократные визы. Им нужно ездить не в одну страну, а в несколько. (Марк Франко: свобода передвижения может иметь нежелательные последствия // Vesti.ru, 01.06.2007).

Жизнь делового человека полна стрессов, что непосредственно связано с его работой: *Например, очевидно, что больше всего разговаривают по сотовому деловые люди, жизнь которых полна стрессов и прочих опасностей, гораздо более существенно влияющих на здоровье, нежели излучение телефона.* (Новости (2004) // «Бизнес-журнал», 13.02.2004); *Жизнь современного делового человека – это сплошная борьба, расслабишься – и выгодный контракт уплывёт к конкуренту, так что надо быть начеку* (Почему уходят сны // Аргументы и факты, 2006.12.27); *Работу делового человека нельзя сравнить с обычным творческим напряжением. «Свободный художник» сам ставит перед собой задачу, и, как бы ни была она трудна, ее разрешение – это творческая победа, достижение, которое всегда приносит моральное удовлетворение. Положение делового человека совсем иное – он вынужден решать заодно и десятки проблем, которые перед ним поставят другие.* (Здоровье делового мужчины // Аргументы и факты, 2002.02.07).

Деловому человеку не хватает времени, и он делегирует свои дела другим: *Ни один деловой человек, дорожащий своим временем, не должен делать все сам.* (vk (14.03.2012)); *Извини, Еремей, но всем приходится заниматься самому. Кто бы поверил: банкир, миллионер, деловой человек...* (Лев Корнешов. Газета (2000)); *Времени не хватает ни на что. Хронически. Особенно горькие слезы льют по этому поводу деловые люди.* (Срочное погружение (2002) // «Домовой», 04.03.2002); *Популярность такси растет, как среди занятых и постоянно спешащих деловых людей, так и в кругах простых обывателей.* (Новые виды автосервисов разработанных компанией Euroscan.su для обслуживания такси // Новый регион 2, 28.09.2010).

Упоминаний о конкретике занятий деловых людей не очень много: *Все больше деловых людей начинает понимать, что это не только модная*

забава, но и доходный бизнес. (Александр Ходаков. По накатанной дорожке. Куда катится российский боулинг? (2004) // «Бизнес-журнал», 13.02.2004); *Деловые люди проникли в пустующий ранее подвал, привели его в порядок и приспособили под свои нужды.* (wikella. Воронеж старый, новый и не только... (2012)); *Деловые люди с большой прибылью разводят и лягушек, и раков, и пиявок, и лекарственные травы, и бездну всякой полезной продукции.* (Сидоров Анатолий. Геннадий Райков, председатель Народной партии Российской Федерации: Гордиться отечеством – не стыдно // Труд-7, 11.04.2003); *Трудно вести какую-то статистику, слишком уж много развелось деловых людей, которые «догадались» делать деньги, используя тоску городского жителя по общению с животными.* (Умирающие лошади // Аргументы и факты, 2002.10.09); *Но те благословенные времена остались в прошлом: свалки оккупированы деловыми людьми, способными извлекать из них доходы.* (Ирина Сизова. Увлечение как образ жизни // Независимая газета (приложение «НГ-Регионы»), 17.10.2000).

Деловой человек посещает разнообразные мероприятия – приемы, выставки, семинары, встречи с чиновниками: *Удачно и удобно, потому что сплошное сиденье за столом ничего, кроме ненужного обжорства, не дает: общаться можно только с тем, кто сидит рядом, а ведь серьезные деловые люди на приемы ходят совсем не для того, чтобы желудок набить.* (Александра Маринина. Последний рассвет (2013)); *Деловым людям рекомендуется участие в многочисленных отраслевых выставках.* (Владислав Шулаев. Увидеть Санкт-Петербург и начать жить (2003) // «Богатей» (Саратов), 22.05.2003); *Она помогает также в организации совместно с ООН семинаров для деловых людей и фирм России и других стран СНГ.* (Нам пишут (2003) // «Логистика», 22.09.2003); *Специально для участия в дискуссии на заседание приглашены представители бизнеса. Как сообщили «Известиям» в аппарате правительства, ожидается два деловых человека – один от Российского союза промышленников и предпринимателей, второй – от Совета по предпринимательству при правительстве.* (Игорь

Иванов, Елена Короп. Как же тебя разнесло. Правительству не нравятся толстые документы (2001) // «Известия», 27.11.2001).

Деловой человек может баллотироваться в органы власти, однако такие примеры довольно редки: *Деловые люди не особенно стеснялись при выборе средств борьбы за депутатское кресло* (Василий Протасов. Прагматичный выбор «красного» губернатора // Независимая газета (приложение «НГ-Регионы»), 31.10.2000).

Также деловой человек занимается благотворительностью и выступает спонсором: *Предисловие к роману: «Автора долгое время не печатали, ибо совковые редактора и литературные граждане начальнички ставили ему прерогативы, но теперь деловые люди конкретно помогли финансами его таланту»*. (Д. Н. Каралис. Дневник (2005)); – *Благотворительность и банкирам нужна. И вообще деловым людям. Имидж создается*. (Михаил Чулаки. Примус // «Звезда», 2002); *Предлагаем создать под эгидой ТПП РФ благотворительную организацию помощи беспризорным детям. Надеемся, что Ваш авторитет и репутация станут гарантом того, что она сможет реально помочь обездоленным детям, объединит для этого российских предпринимателей, которые веками занимались меценатством, благотворительностью, поддержкой сырых и больных. Мы уверены, что для тех успешных деловых людей, которые откликнутся на наш призыв, это станет важной благородной вехой в их деятельности*. (Александр Садчиков. Прокуратура защитила детей (2002) // «Известия», 20.02.2002).

7. Досуг. Ввиду занятости у деловых людей не остается много времени на досуг, хотя они могут «вырываться» на отдых, в частности, за границу, посещать клубы и заниматься спортом: *Так, во всяком случае, выразился лет пять назад один молодой предприниматель, производящий мебель, которого занесло сюда, в Крым, на отдых, на считаное количество дней, определенных им самим, главой предприятия, самому себе, дабы хоть здесь отдышаться от дел. Он, деловой человек, донельзя занятый там, в Москве, занятый – выше головы, с расписанным по минутам каждым днем, очень*

трезвый и рассудительный в поступках, привыкший рассчитывать каждый свой шаг и взвешивать каждое свое слово, здесь, в киммерийском отдалении от постоянной нервозности, оказался на поверку милым парнем, любящим литературу, да вот только почти не имеющим возможности читать, в силу фантастической занятости собственным делом, съедающей все его личное время, целиком, без остатка. (В. Д. Алейников. Тадзимас (2002)); Восполняющие энергию активности и отдых также важны для делового человека, как правильная система тренировок и питания для бодибилдера – без них мышцы не растут. (vk (27.05.2015)); Элитный клуб для деловых людей 2200 12000 07.00-24.00 20 видов аэробики, йога, пилатес, айкидо. 15 видов аква-аэробики, игровые виды спорта. (Марьяна Капсулецкая. Идентификация клуба (2003) // «Карьера», 01.11.2003); Многие деловые люди любят в отпуске сменить официальный костюм на сноубордическое снаряжение или шорты виндсерфера (Вероника Гудкова. Модные точки: новые магазины в Москве // РБК Дейли, 19.04.2013); Публика Cool Train Club – в первую очередь постоянные посетители, меломаны и ценители джаза, а также студенчество и деловые люди. (Вагон-клуб // Коммерсант, 31.07.2003).

Изредка отмечается наличие у делового человека хобби: *Бизнес отнимает очень много времени, но некоторые деловые люди все-таки находят время что-нибудь мастерить. (Щедрый подарок города // Ведомости, 2003.09.19); Отлично проведете время в игровом процессе, который способен стать достойным хобби для делового человека. (vk (23.08.2014)).*

8. Семейное положение. Упоминания о наличии у делового человека жены встречаются в немногих примерах: *Совсем «добило» нас наличие на потолке цифрового магнитофона на 4 минуты – чтобы деловой человек мог оставить небольшой voice тето, не отрываясь от дороги. Или прослушать инструкции от жены – что купить по дороге домой: бутылочку «брюта» и полфунта белужьей икры (варианты возможны). (Николай Качурин.*

Снежная опера (2002) // «Автопилот», 15.02.2002); – *Я домохозяйка, занимаюсь детьми, муж – деловой человек, у него свой ресторанный бизнес, – Наталья была напориста, знала, что и как говорить, но было заметно, что ее смущает огласка этой некрасивой истории, и то, что видео с ее участием выложено в Интернет (Алексей КОСОПУКОВ. Жена бизнесмена устроила резню бензопилой на детской площадке // Комсомольская правда, 30.06.2013); Мы хотели снять фильм о женщине, которой тяжело, потому что муж постоянно занят, дома бывает редко, а ей так хочется общения, внимания. Как непросто жить с таким человеком. В общем, про всех жен деловых людей. (Ольга Жулина, режиссер мелодрамы «Поцелуй не для прессы»: Сначала Путиным хотели сделать Хабенского // Комсомольская правда, 25.03.2005).* Тем не менее, они демонстрируют, что женатый деловой человек – нормальное явление, в отличие, например, от представителя ЛКТ «гусар» [Дмитриева, 2007].

9. Окружение. Можно предположить, что окружение делового человека – это подобные ему деловые люди. На это косвенно указывают встречающиеся в примерах словосочетания *общество деловых людей, круг деловых людей и среда деловых людей: В кругу деловых людей торопливость правительства Касьянова вызывает настороженность.* (Владимир Попов. *Вся Россия – Сибирь? мобилизационная модель – вместо «окрошки» из Фридмана, Столыпина и Дэн Сяопина (2003) // «Завтра», 17.07.2003); Естественно, под «воспитанностью», то есть под степенью соответствия установкам социума в каждом социальном слое, понимается нечто свое – соответствие социальным установкам, скажем, в среде творческой интеллигенции, в среде деловых людей и в воровской среде предполагает принципиально различные формы «воспитанности».* (vk (21.05.2016)); *Его задачей, как психолога, было вернуть этих людей к нормальному образу жизни, а точнее, научить их правильно вести себя в обществе деловых людей.* (Андрей Ростовский. *По законам волчьей стаи (2000).*)

Возможно, к окружению в физическом смысле (тех, кто постоянно находится поблизости, помимо членов семьи) можно отнести и телохранителя: *Наличие за правым плечом молчаливого гиганта в строгом костюме стало показателем престижа и солидности делового человека.* (Сергей Козлов. Волшебники-недоучки (2004) // «Боевое искусство планеты», 11.03.2004); *Финансовый кризис коснулся одного из основных атрибутов делового человека – личных телохранителей* (Кризис ударил по телохранителям // Vesti.ru, 18.02.2009). Впрочем, примеры с телохранителями перестают встречаться после 2010 года. Здесь же стоит упомянуть, что, согласно нашим исследованиям, с течением времени в основном корпусе НКРЯ с 1992 по 2017 г. количество упоминаний криминального фактора в контексте резко снизилось [Ильинова, 2019; 2024б].

10. Речевые особенности. В немногочисленных примерах отмечаются особенности речи делового человека – специфические обороты и стиль: *В речи Паулс не было никакого намека на ершистость или испуг, а скорее дежурная любезность делового человека.* (Наль Подольский. Книга Легиона // «Октябрь», 2001); *Сегодня театр, как сказали бы деловые люди, становится рискованным бизнесом, здесь все заранее надо просчитывать* (Лебедина Любовь. Марк Захаров: театр – это еще и бизнес. Иногда – рискованный // Труд-7, 08.10.2004); *У деловых людей это называется "отбить НДС" (\$9 миллиардов по подложным контрактам // Известия, 23.10.2003).*

В паре примеров отмечается использование деловыми людьми нецензурных выражений: *В результате быть стильно одетым и разговаривать матом – это чуть ли не естественное состояние современного русского делового человека.* (Андрей Сердечнов. Россия слишком увлеклась мазохизмом // РБК Daily, 21.05.2004); *Я сказал вышедшему водителю – деловому человеку моих лет – несколько вполне корректных слов, о чем мне пришлось тут же пожалеть. Отборный мат*

огласил окрестности, брызги слюны долетали, наверное, до второго этажа (Шеваров Дмитрий. Покровские ворота // Труд-7, 26.05.2007).

В одном из примеров указывается на сам факт существования коммуникативных правил деловых людей: – *А кто ее спрашивает? Я передам. Вы по делу? — атаковал он незнакомку короткой серией вопросов, решив проследить за реакцией. Настоящие, деловые люди так себя не вели. После такого наезда положили бы трубку.* (Алексей Рыбин. Последняя игра (2000)).

К коммуникативным особенностям можно отнести способность деловых людей договариваться друг с другом: *Как деловой человек, я всегда найду с ним общий язык.* (Евгений Чежегов. Валерий Кузин: «Удовлетворим и Европу, и Россию» (2002) // «Известия», 22.05.2002). Деловой человек не любит говорить о своих доходах и состоянии: *Недавно опубликованные в СМИ данные о доходах ведущих акционеров ЮКОСа и личном состоянии Михаила Ходорковского ввели российских бизнесменов буквально в состояние шока. Обсуждать подобную открытость в весьма интимной для любого делового человека сфере кинулись буквально все.* (Ваши кто владеет? // «Дело» (Самара), 2002.07.17); – *Извини, Еремей, но всем приходится заниматься самому. Кто бы поверил: банкир, миллионер, деловой человек... – Ходят слухи, – аккуратно сказал Баранов, – что разговоры о ваших миллионах сильно преувеличены. – Это хорошие слухи, – чуть ли не обрадовался Сосновский, – меньше миллионов – меньше завистников.* (Лев Корнешов. Газета (2000)).

Возможно, к особенностям коммуникативного поведения следует отнести и обороты *беседа деловых людей и говорить как деловой человек: После завершения «официальной» части круглого стола некоторые участники не спешили расходиться, и «Рекламному миру» удалось принять участие в их разговоре, который носил характер беседы деловых людей.* (Александр Ефремов. Прав тот, кто сильнее (2001) // «Рекламный мир», 25.12.2001); *В конце концов, если мы говорим как деловые люди, хотя я тебя*

и люблю просто так, без всяких дел, но если о чистом бизнесе – то это, Андрюшенька, твои проблемы. (Алексей Рыбин. Последняя игра (2000)).

11. Характеристики мышления и поведения. Деловых людей характеризует специфический образ поведения: *Его задачей, как психолога, было вернуть этих людей к нормальному образу жизни, а точнее, научить их правильно вести себя в обществе деловых людей.* (Андрей Ростовский. По законам волчьей стаи (2000)); *Они, мол, дорожат своей репутацией, шесть лет на рынке, и вообще деловые люди так не поступают.* (Купить права может каждый // Труд-7, 23.07.2001).

Судя по примерам из корпуса, деловой человек:

- расчетлив и прагматичен: *Ты, Грачева, пойми, Сорос же не романтик, прагматик он, как и все деловые люди* (ВАРСЕГОВ и ГРАЧЕВА. Самые сексуальные люди в России – должно быть, питерцы // Комсомольская правда, 25.09.2013); *В защиту закона выступили и деловые люди, а они умеют считать деньги* (Инвалидов и пенсионеров просят не нарушать // Vesti.ru, 19.01.2005); *Деловые люди попусту и рубля не истратят* (Тулеев Аман губернатор Кемеровской области. Шахтерское сердце страны // Труд-7, 29.08.2003); *Наши клиенты – деловые люди, все считают деньги, им нужна услуга по конкретной цене.* («Наша ценность будет в сервисе» // Коммерсант, 24.04.2008);

- планирует свой день, пунктуален: *Практически все деловые люди понимают важность планирования своего дня.* (vk (01.06.2016)); *Деловые люди, в отличие от звезд шоу-бизнеса и прочих медийных лиц, собираются вовремя, что приятно.* (Настасья Частицына. Бренды по осени считают // Известия, 30.10.2006); *Заранее оговаривается и планируется не только деловая, но и развлекательная часть программы, учитывая, что у деловых людей на счету каждая минута пребывания на отдыхе* (Воробьева Екатерина. Место под солнцем // Труд-7, 31.08.2006).

- развивает интуицию: *Интуитивность – другое важное качество делового человека. Можно развивать в себе это качество, прислушиваясь к*

своему внутреннему голосу, который есть у каждого человека, только кто-то его слышит лучше, а кто-то хуже. (vk (13.06.2015))

- тщательно подбирает бизнес-партнеров: *Было бы странно слышать от серьезного делового человека «Я взял человека в партнеры по бизнесу, потому что у него красивые глубокие глаза и хорошее чувство юмора». (vk (24.04.2013))*

- любопытен: *Ему вряд ли удалось бы достигнуть своего поста, не обладай он качествами, от которых напрямую зависит материальное благополучие бизнесмена: особенным, нахрапистым и бесцеремонным любопытством делового человека и стремлением вникнуть до мелочи в специфику любого труда. (Влада Валеева. Скорая помощь (2002));*

- ловок: *Ловок чиновник, но еще ловчее русский деловой человек: вертеться приучен. (Александр Яковлев. Омут памяти. Т.2 (2001));*

- инициативен: *Меня всегда восхищают деловые люди и криминалы. Как они умеют реагировать на всякие открытия и события и поворачивать их в свою пользу! (Владимир Войнович. Монументальная пропаганда // «Знамя», 2000);*

- циничен: *Они с присущим деловым людям цинизмом говорят, что нарастающая во всех сферах российской жизни централизация скорее пойдет на пользу иностранному бизнесу, чем во вред (Евгений Анисимов. Куда пойдут инвестиции иностранцев? // Комсомольская правда, 27.09.2004).*

12. Собственность и финансовое положение. В собственности у делового человека, как правило, есть автомобиль: *Представьте себе заведение, в котором можно решить комплекс повседневных задач делового человека... Встретиться на бизнес-ланче с партнерами, разместить коллег из филиала в гостинице, вкусно пообедать в воскресенье с семьей и детьми, помыть машину, сделать маникюр, успеть позагорать, выбрать ресторан для годовщины свадьбы, сходить с друзьями в сауну. (vk (20.04.2015));* *Говорят, что делового человека отличают машина, ботинки и часы. (Рабочее настроение – в домашней обстановке (2003) // «Мир & Дом. City»,*

15.09.2003); *Новый E-Klasse по определению предназначен в первую очередь для деловых людей с устойчивым финансовым положением.* (Николай Качурин. Естество и эстетство (2002) // «Автопилот», 15.04.2002); *Совершенно новый автомобиль с алюминиевым кузовом, феноменальной управляемостью и широкими возможностями системы InControl Touch Pro разрушает стереотипы в сегменте бизнес-седанов, выражая взгляд Jaguar на то, каким должен быть современный автомобиль для делового человека* (Дикий зверь с кротким характером // Известия, 17.04.2016).

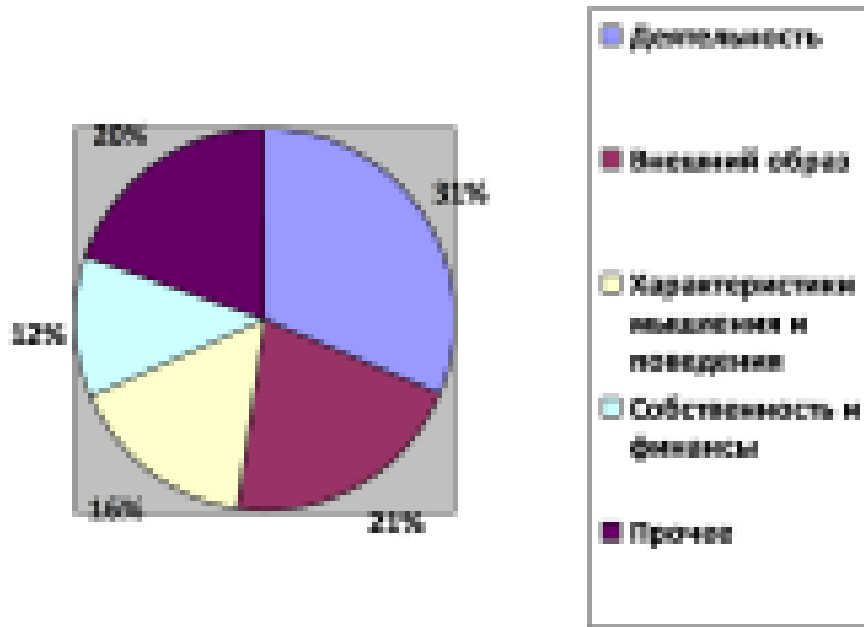
Деловой человек, как правило, состоятелен: *Он очень богатый деловой человек, с репутацией, а её вы видели.* (Сергей Шикера. Выбор натуры // «Волга», 2014); *Бизнесмен Сережа, к тому времени уже владелец туристической фирмы, посылавшей счастливых представителей нового среднего класса отдохнуть на Канарах, Багамах, Бермудах, взял на себя, как единственный в их семье деловой человек, судебные вязкие хлопоты, не забыв, впрочем, предложить своим безденежным брату и сестре разделить с ним грядущие расходы, и в случае выигрыша, и в случае проигрыша их дела весьма, по-видимому, значительные.* (Алексей Макушинский. Город в долине (2012)); *Нет, он, деловой человек, нашел время, приехал познакомиться. И ведь сел на обычный стул! Мог бы кресло себе заказать – из красного, допустим, дерева. А он – на стул.* (М. К. Кантор. В ту сторону (2009)). В корпусе отсутствуют примеры, в котором деловой человек назван небогатым или бедным. Впрочем, изредка и деловой человек может оказаться в кризисной ситуации: *«Страшная засуха на селе. Бедствуют предприниматели, деловые люди. Останавливаются многие предприятия и производства. Невозможно взять нормальный кредит, сбыть свою продукцию. И об этом нет совершенно разговора», – посетовал Зюганов.* (Главе Минфина досталось от коммунистов // Vesti.ru, 07.07.2010).

Таким образом, согласно сформированному паспорту лингвокультурного типажа, типичный деловой человек – это мужчина; он может быть любого возраста – от молодого до зрелого (примеров с этой

информацией недостаточно). Он часто носит костюм или хотя бы пиджак. Его прошлое часто включает в себя преступную деятельность. Деловой человек работает с людьми и информацией (сведения о конкретной сфере деятельности редки), часто путешествует по делам, в том числе за границу; в его работе ему помогают разнообразные электронные устройства – от мобильного телефона до ноутбука. Он очень занят, пребывает в перманентном стрессе и редко отдыхает. Он может быть женат и живет в квартире или доме. Круг его общения составляют в основном другие деловые люди. Он использует в речи специфические обороты и в целом обладает специфическим коммуникативным поведением. Ему приписываются ловкость, инициативность, любопытство, расчетливость, пунктуальность и стремление планировать. Деловой человек по умолчанию богат и обладает автомобилем.

В количественном аспекте обращает на себя внимание крайняя неравномерность упоминания различных паспортных характеристик делового человека в примерах. Учитывая, что характеристики могут как отсутствовать в некоторых примерах, а также то, что в одном примере могут присутствовать указания на несколько характеристик, можно оценить ранжирование представленных характеристик по количеству упоминаний в примерах. Большинство представленных в примерах упоминаний паспортных характеристик относятся к деятельности (включая политику и благотворительность) деловых людей (31%), их внешнему образу (21%), характеристикам мышления и поведения (16%) и собственности и финансовому положению (12%). В наглядной форме итог представлен на круговой диаграмме 1.

Диаграмма 1. Упоминание в примерах паспортных характеристик делового человека.



2.2.2 Перцептивно-образная составляющая субтипажа «российский предприниматель»

Ниже представлена паспортная характеристика ЛКТ «российский предприниматель» на основе употреблений лексем *бизнесмен*, *предприниматель* и *коммерсант*. Отмеченное выше существительное *бизнес-класс* с собирательным значением встречается в корпусе лишь дважды. Также в корпусе встречаются композиты с более узкими значениями, однако они немногочисленны: это *шоу-бизнесмен* (2 случая) и *инфо-бизнесмен* (1 случай), *интернет-предприниматель* (1 случай), и *d.i.y.-предприниматель* (2 случая), и *Интернет-коммерсант* (1 случай).

1. Внешний образ. Из материала корпуса сложно извлечь представление о стереотипном образе представителя типажа. Несколько раз упоминаются такие внешние признаки бизнесмена, как полнота, облысение и холеность: *Хотя Валерий Валерьянович Никалякин, маленький пузанчик с гладкой розовой лысиной, тёмными глазами и губками бантиком, производил впечатление добродушного человека, но характер у него был тяжёлый. Казалось бы, раз ты бизнесмен, то должен привыкнуть ко всякого рода*

неприятностям и реагировать на них не больше, чем муж на ворчание жены на тридцатом году брака. (Виктор Сундеев. Лёнчик-настройщик // «Менестрель», 2014); Но первым же выстрелом попал в сидящего за столиком у сцены толстопузого директора пивоваренного завода. Охранники, расположившиеся по обе руки от бизнесмена, увидели, как у шефа на груди образовалось кроваво-красное пятно. (К. Л. Селиверстов. 12 с половиной, или Моя жизнь в чистом искусстве // «Волга», 2011); Полный бизнесмен в костюме и галстуке протягивает мне микрофон. (Нина Щербак. Роман с филфаком // «Звезда», 2010); – Я представил себе, как Владимир Иосифович Уфлянд с палочкой начнет ходить по фирмам, наивно заглядывая в холеные рожки бизнесменов и спрашивая, честные они или нет, – смеется Николай. (Ю. И. Андреева. Многоточие сборки (2009)). В одном из примеров эксплицитно утверждается обыденность облика бизнесмена: Тут лязгнул запор, и ввели парня в спортивном костюме. Коротко стриженный крепыш. Обычное лицо – такой может торговать на подмосковном рынке или приезжать бизнесменом на переговоры в Цюрих. (Михаил Шишкин. Венерин волос (2004) // «Знамя», 2005).

Вместе с тем нужно отметить существование некоторых общих представлений о внешнем образе бизнесмена, которые могут диссонировать с одеждой либо чертами поведения: *Кульянов с любопытством разглядывает гостя. Он похож на братка или ветерана локальных войн. На самом деле он бизнесмен из соседнего района, недавно ставший чиновником. (Ольга Тимофеева. Незнайка спешит на помощь // «Русский репортер», 2013); Выглядит, как успешный бизнесмен, у него дорогие часы, он ездит на хорошей машине, он воспитан, вежлив, образован, но работает в шакальской конторе, он – коллектор, нудит, ноет, говорит, что просрочка платы по кредиту – это нехорошо, а просрочка платы по процентам – вообще ужасно, говорит все это таким ровным голосом, без эмоций, что становится скучно. (Дмитрий Стахов. Кредитная история // «Октябрь», 2013); От таких слов пробел исчез меж Инкиных бровей, и брови ее настороженно сдвинулись: «С*

виду человек серьезный, бизнесмен, а что такое говорит», – недоумевала она и недоверчиво оглядывала собеседника. (Улья Нова. Инка (2004)).

В отличие от внешнего вида в целом, существует стереотип о костюме (возможно, с галстуком) как о главной одежде бизнесмена: *Полный бизнесмен в костюме и галстуке протягивает мне микрофон. (Нина Щербак. Роман с филфаком // «Звезда», 2010); Мимо прошел бизнесмен в дорогом костюме, который небрежно обнял ожидавшую его девушку. (Андрей Геласимов. Дом на Озерной (2009)); В костюме, при галстуке, небрежно помахивающий свеженьким портфелем, Николай производил впечатление респектабельного бизнесмена, залетевшего на Кипр передохнуть после очередной успешной сделки. (Семен Данилюк. Бизнес-класс (2003)).*

Такая деталь, как галстук, удостоивается отдельного упоминания: *Галстук – необходимый атрибут делового стиля бизнесмена, и в наступившем сезоне не собирается уступать своих позиций и остается основным украшением мужского классического гардероба. (Полина Стечкина. Знак мужского достоинства (2004) // «Бизнес-журнал», 17.08.2004);*

Атрибутами бизнесмена, как и делового человека в целом, является мобильный телефон и часы: *Nokia 6310 i – прекрасный подарок на Новый год для бизнесмена! (Электронное объявление (2005)); Меня всегда страшно удивляет, как часто при встречах с партнерами по бизнесу или просто друзьями-бизнесменами у них названивает мобильный телефон. (Дмитрий Мендрелюк. Суета (2004) // «Бизнес-журнал», 17.08.2004); Несмотря на свой спортивный вид, эти часы пользуются большой популярностью среди бизнесменов, их носят со строгими костюмами. (Сергей Любимов. Швейцарские гномы продолжают удивлять (2003) // «Богатей» (Саратов), 17.04.2003); Где эти звери? – посмотрев на дорогие швейцарские часы, сказал человек, сидевший за рулем. Это был известный в городе бизнесмен, меценат и общественный деятель Ларионов. (Даниил Корецкий. Менты не ангелы, но... (2011)).*

Что касается предпринимателя и коммерсанта, в корпусе встречаются лишь единичные упоминания об их внешнем облике. Облик предпринимателя характеризуется контрастами: *Вот сидит очень спокойный человек с улыбкой Будды и с породистой внешностью испанского гранда – это поэт и предприниматель Виталий Фёдоров, во многом благодаря ему состоялся показ рок-поэзлады.* (Лера Мурашова. 45-я на донских берегах, или Рифмы под перезвон колоколов // «Ковчег», 2013); *Его играет крупный предприниматель по имени Женя. Он – гендиректор ЗАО «Сибирьгазтеплострой». Иркутск действительно большая деревня: на следующий день я случайно встретила Женю на улице. По виду он, brutальный мужик с татуировками и золотыми часами, идеально подходит для своей роли.* (Юлия Вишневецкая. Почему Россия – не Москва // «Русский репортер», № 43 (122), 12-19 ноября 2009).

Образ коммерсанта же однозначно далек от официально-делового стиля: *Моими спутниками оказались муж и жена – Анатолий и Надежда Коловлевы, коммерсанты. Он – тихий мужик, смолящий одну папиросу за другой. Она – экспрессивно-деловая женщина, что называется, с железной хваткой.* (Михаил Романов. Есть ли жизнь на полюсе холода // «Русский репортер», № 6 (36), 21-28 февраля 2008); *Впрочем, главную опасность представлял для банды четвертый коммерсант: культурист двухметрового роста, прозванный за недюжинную силу Бульдогом.* (Александр Хинштейн. Оборотень дикий. Не кормить! // «Московский комсомолец», 2003); *Невысокого роста, коротко стриженный, в новеньком спортивном костюме и кроссовках, Маркин являет собой категоричный типаж мелкого московского коммерсанта, скрещенного со столь же мелким бандитом.* (Владимир Спектр. Face Control (2002)); *Как не дать в долг известному коммерсанту, ворочающему делами фирмы с красивым названием? Авторитет подкреплялся солидным «комсомольским» брюшком – не выпяченным, а как-то по-джентельменски отвисающим вниз.* (А. М. Титов. «Жозефина» // «Волга», 2014).

2. Возраст. В примерах из корпуса возраст бизнесмена разнообразен: его словесные описания варьируются от «юного» до «престарелого». Согласно встречающимся в корпусе определениям, бизнесмен может быть юным, молодым, сравнительно молодым, достаточно молодым, не молодым, среднего возраста и престарелым. Однако определение *молодой* встречается в примерах 20 раз, а все прочие – лишь по одному разу. Численные указания возраста описывают диапазон от 23 до 57 лет; среднее этого числового ряда – 37 лет. Таким образом, можно утверждать, что средний, стереотипный бизнесмен либо молод (но не юн), либо средних лет. В одном случае отмечено пренебрежительное отношение к молодости бизнесмена: *Тоже мне, бизнесмен нашелся в двадцать пять лет!* (Артем Тарасов. Миллионер (2004)).

У предпринимателей среди случаев словесных описания возраста при помощи прилагательных также доминирует прилагательное *молодой* (14 раз). К другим вариантам относятся только в основном *молодые люди (25–36 лет)* и *немолодой*. Численные определения включают в себя цифры от 16 до 55 лет (среднее – 42 года). Таким образом, возраст предпринимателя может быть весьма разнообразным, но типичный предприниматель скорее молод, чем нет.

Упоминания возраста коммерсанта немногочисленны. В корпусе обнаружены лишь три случая словесного описания при помощи прилагательных – *молодой*, *старый* и *пожилой*, и три случая точного упоминания возраста – 26, 32 и 38 лет. Таким образом, возраст коммерсанта может быть любым.

3. Гендерный признак. В русском словоупотреблении лексема *бизнесмен* всегда указывает на лицо мужского пола. У него имеются производные феминитивы – *бизнесменка* и *бизнесменша*. Довольно редким можно считать композит *женщина-бизнесмен* – он лишь один раз встречается в корпусе.

Существительное *коммерсант*, как и *бизнесмен*, употребляется только для обозначения лиц мужского пола. От него образуются феминитивы

коммерсантка и *коммерсантша*, присутствующие в НКРЯ. Сложное существительное *женщина-коммерсант*, видимо, употребляется довольно редко: в НКРЯ отсутствуют случаи его употребления, однако оно изредка встречается в публицистике и научной периодике.

Существительное *предприниматель*, в отличие от *бизнесмен* и *коммерсант*, может обозначать лицо женского пола, хотя в корпусе такие примеры немногочисленны: *Предприниматель Наталья Лузина тоже участвовала в уборке и помогла финансами* (Иван Пешкин. Экологический десант (26.05.2013) // «Новгородские ведомости», 2013); – *Если человек принес дорогую вещь, то и выбирать может из таких же. А если поношенную – выше своей категории он уже не прыгнет, – рассказывает предприниматель Мария Киселева* (Людмила Наздрачева. Охота за платьем // «Русский репортер», № 3 (181), 27 января 2011); *Как сообщил комитет по строительству, претендентами на заключение контракта стоимостью 3,709 млрд руб. стали ООО «Интарсия» и частное лицо – предприниматель Екатерина Сучок*. (Виктория Алейникова. Зоопарк на двоих (15.09.2008) // <http://www.rbcdaily.ru/2008/09/15/market/379362.shtml>, 2008); *А теперь уже не кто-нибудь, а Хабарова – крупный предприниматель* (Борис Екимов. Предполагаем жить // «Новый мир», 2008). Сложное существительное *женщина-предприниматель* не встречается в НКРЯ, но может быть обнаружено в публицистике и научной периодике.

4. Происхождение. Упоминания о потомственных бизнесменах в корпусе весьма редки: *Большая и дружная семья Мирилашвили в этом местечке – одна из самых уважаемых и известных, семья потомственных бизнесменов и руководителей, людей дела и чести*. (Анна Полянская. Кафкианский процесс в новой России (2003) // «Вестник США», 25.06.2003). Это неудивительно по социально-историческим причинам. Прошлые профессии и должности современных бизнесменов, предпринимателей и коммерсантов весьма разнообразны: это военные, сотрудники спецслужб, работники милиции, ученые, инженеры, рабочие: *В недалеком прошлом*

Славик был военный летчик, а сейчас бизнесмен: он летал в Москву и возвращался нагруженный и увешанный огромными клетчатými сумками, по пути в Абакан останавливаясь у них (Евгений Эдин. Танк из веника // «Октябрь», 2013); Сегодня вспоминали брежневское время с нашим давнишним спонсором «АБС-премии» – А. В. Громовым, ныне бизнесменом, а в прошлом работником КГБ. (Д. Н. Каралис. Дневник (2006)); Она ведь выходила замуж вовсе не за крупного бизнесмена, а... за военного связиста. Который, когда она вдруг стала зарабатывать больше мужа, ушел в бизнес. (Евгения Ленц. Женские роли — и их исполнители (2004) // «Бизнес-журнал», 03.03.2004); У нас есть примеры, когда учёные стали предпринимателями. (Дмитрий Князев. Как начать инновационный бизнес. Советы изобретателю // «Наука и жизнь», 2009); Инженер Багров проработал на предприятии 20 лет. Но последние годы предприятие едва сводило концы с концами, зарплаты упали, и Багров решил стать индивидуальным предпринимателем. (Е. А. Мосина. Задачи по праву на тему «Занятость и трудоустройство в Российской Федерации» (2016)); Ее муж только год как ушел с «производства» (Керамический завод) и стал гражданином великого Архипелага ПБОЮЛ – т. е. предпринимателем без юридического лица. (Евгения Пищикова. Пятиэтажная Россия (2007) // «Русская Жизнь», 2008); Однажды даже пришлось «колоть» бывшего коллегу, отработавшего в уголовном розыске семь лет. Тот, став коммерсантом, в один прекрасный день надвинул на лицо вязаную шапочку, взял в руки ружье и отправился убивать своего партнера по бизнесу. (Олег Логинов. Как раскрываются убийства // «Криминальный отдел», 2010).

Встречаются в примерах из корпуса и упоминания того, что некоторые представители типажа – это легализовавшиеся преступники: *Сколько преступников являлось нам в виде законодателей, высших чиновников, удачливых бизнесменов... (Жанна Касьяненко. Перевертыши – оборотни (2003) // «Советская Россия», 15.08.2003); Сам Могила уже давно легализовался, стал авторитетным бизнесменом (Лариса Кислинская. Уходящие «в*

натуре» (2003) // «Совершенно секретно», 08.04.2003); *Насколько известно, и Чувиллин, и Ахметов были знакомы сотрудникам местного УБОП не только как крупные предприниматели, но и как легализовавшиеся «авторитеты» преступного мира, контролирующие городские рынки*. (Вероника Кочина. *За кулисами гламура* // «Криминальный отдел», 2010); *Жених – пожилой дядя с неотесанной мордой. Кто он, интересно? Можно спросить у Сергея, но Саша, считая себя знатоком людей, предпочитает догадываться сам. Скорее всего, он из бывших бандитов, а теперь легальный коммерсант*. (А. И. Слаповский. *Большая Книга Перемен* // «Волга», 2010); *Вслед за приватизировавшими предприятия «красными директорами», вслед за коммерсантами с криминальным прошлым и настоящим в спортивную индустрию приходит крупный капитал, нередко направляемый рукой государства*. (Иван Копылов. *Гонки по кремлевской вертикали* (2003) // «Совершенно секретно», 02.03.2003).

5. Место жительства и характер жилища. Жилища представителей типажа разнообразны. Это может быть и квартира, и дом (коттедж): *Синеоков был известным в городе бизнесменом и жил в новом квартале высотных домов напротив недавно возведенной красивой церквушки*. (Даниил Корецкий. *Менты не ангелы, но...* (2011)); – *Охранник в доме у этого бизнесмена местного, – добавил Гугер. – Сидит там, всё охраняет, делать не хрен. – Он сразу и секьюрити, и что-то вроде дворецкого. Просто руководит работницами, которые прибираются, цветы поливают*. (Алексей Иванов (Алексей Маврин). *Псоглавцы*. Гл. 1-20 (2011)); *Ритка Полякова, он знал, вышла за какого-то бизнесмена, к которому прилагался обязательный в таких случаях набор: загородный дом, «лексус» и беспокойная деловая жизнь*. (Мария Галина. *Лианы, ягуары, женщина* (2013)); *С бизнесменом Андреем Трифоновым расправились у его собственного коттеджа в деревне Елкино*. (Иван Копылов. *Гонки по кремлевской вертикали* (2003) // «Совершенно секретно», 02.03.2003); *Здесь живут губернатор, депутаты, крупные предприниматели – домашний союз чиновничества и купечества. Коттеджи*

такие высокие, что кажется, идешь по улицам небольшого средневекового городка. (Юлия Вишневецкая. Почему Россия — не Москва // «Русский репортер», № 43 (122), 12-19 ноября 2009); *Когда спонсор вовсе уже не стоял на ногах, ребята решили сделать доброе дело и помогли коммерсанту добраться до дверей квартиры.* (Бандиты приятные во всех отношениях (2003) // «Криминальная хроника», 10.06.2003); *Но огромный дом выглядел нежилым. Коммерсант обитал в пятнадцатиметровой комнате, которую обставил на свой вкус — продавленный диван с дырой от раскаленной сковороды, обшарпанный стол, накрытый газетой, на полу пустые бутылки.* (Марианна Баконина. Девять граммов пластита (2000)).

6. Сфера деятельности. В НКРЯ встречаются примеры самой разнообразной профессиональной – деловой – деятельности бизнесменов и предпринимателей. Это машиностроение, строительство, обработка, индустрия спорта и досуга, продажа пищевых продуктов, гостиничный и ресторанный бизнес и т.п.: *Бизнесмен покупает за границей и ставит в нашей стране линию по переработке леса.* (Александр Бармин. Трудолюбые, дармоеды и кибернетика // «Дальний Восток», 2019); *Бизнесмен, станкостроением увлекся, дело святое.* (Анатолий Салуцкий. Немой набат // «Москва», 2019); *В принципе, говорит Елена Нам, у бизнесмена нет необходимости договариваться с чиновником, если он хочет построить коммерческую клинику.* (Г. Костина. Лечить вместе // «Эксперт», 2016); *На московский строительный рынок вышла возглавляемая бизнесменом Санкт-петербургская строительно-отделочная компания «Строймонтаж».* (Елена Алешкина, Сергей Полонский. Так говорил Полонский // «Русский репортер», 2013); *Он бизнесмен. Был у него здесь продуктовый магазин.* (Аркадий Мацанов. Бабник // «Ковчег», 2012); *Турбизнес – вещь хорошая, лишь бы сам бизнесмен отдавал себе отчет, где он играет как честный игрок, а где он мухлюет, как последний шулер.* (Татьяна Соломатина. Девять месяцев, или «Комедия женских положений» (2010)); *В области нет отдельного реестра*

предпринимателей, торгующих спиртным. (Василий Дубовский. Шалман судьбы (07.05.2013) // «Новгородские ведомости», 2013).

Имеются и упоминания экзотических видов бизнеса, и инвестиций: Конечно, большая часть виртуальных бизнесменов оперируют меньшими суммами, а подавляющее число игроков никаким бизнесом не занимаются – просто покупают и продают виртуальные объекты для собственных нужд. (Маринэ Восканян. Экономика мнимой реальности // «Однако», 2010); – Я бизнесмен. А точнее, портфельный инвестор. – А что это значит? – Это значит, что я готов вкладывать свои деньги в любое предприятие, которое сулит хороший заработок. (Зиновий Юрьев. Смертельное бессмертие // «Наука и жизнь», 2007).

Однако деловая деятельность коммерсантов в примерах из НКРЯ концентрируется в сфере продаж: Из дальнейшего разговора ребята почерпнули массу полезных сведений, оказалось, что Анюта в доме прибирает, а Люба готовит, что хозяйку зовут Ирина Михайловна, хозяйина – Николай Кузьмич, он бывший военный, а теперь коммерсант, фамилия их Соколовы, и у них шикарный меховой магазин неподалеку от рынка. (В. Ю. Кунгурцева. Ведогони, или Новые похождения Вани Житного (2009)); На практике отмена налога выгодна лишь части коммерсантов, работающих в сфере перекупки и перепродажи. (И. Львов. Налог с продаж (2003) // «Новая газета», 30.01.2003); Коммерсанты, которые занимаются ввозом табака, смогут маркировать его только на Казанском таможенном посту, а не в любом таможенном органе республики, как раньше. (Валентина Пахомова. Дружба дружбой, а табачок врозь (2003) // «Вечерняя Казань», 10.01.2003); «Я отвечаю за обложку», – говорил главный художник. А продавать – дело коммерсантов. (Культура, столкнувшись с бизнесом, превратила книгу в товар (2002) // «Витрина читающей России», 02.08.2002).

Часть своего времени, связанного с профессиональной деятельностью, бизнесмены и предприниматели тратят на посещение разнообразных мероприятий – форумов, конференций, приемов, симпозиумов, круглых

столов, ярмарок, становятся гостями телевидения: *Журналист «КШ» побывал на мероприятии с романтическим названием Янтарный форум. Там собрались люди, чья работа так или иначе связана с этим полезным ископаемым: бизнесмены, инженеры, ювелиры, учёные.* (А. Константинов. *Янтарное будущее // «Кот Шрёдингера», 2016*); *И вроде бы к бизнесменам прислушиваются на конференциях.* (Г. Костина. *Лечить вместе // «Эксперт», 2016*); *Летели не так давно наши бизнесмены большой группой на очередной симпозиум.* (Денис Викторов. *Притесняют! (2004) // «Бизнес-журнал», 30.01.2004*); *В гостях у ведущего самые успешные бизнесмены России и самые авторитетные эксперты в области экономики и бизнеса.* (Наталья Зайцева. *Музыка // «Русский репортер», 2013*); *В Томске 21-22 мая пройдет второй форум молодых ученых U-Novus, на котором ученые, инженеры, конструкторы и предприниматели в научно-технической сфере со всей России покажут свои идеи и разработки.* (Алексей Буланов, Сергей Жвачкин. *На голову выше // «Эксперт», 2015*); *Событие не локального значения, ибо на ярмарку приехали более 120 участников: сельскохозяйственные предприятия, предприятия пищевой и перерабатывающей промышленности, крестьянские (фермерские) хозяйства, индивидуальные предприниматели из Волгоградской, Воронежской, Ленинградской, Смоленской областей и других регионов страны.* (Алиса Селезнева. *Весенние хроники (03.05.2013) // «Новгородские ведомости», 2013*).

Бизнесмены и предприниматели встречаются с чиновниками и высшими должностными лицами страны: *Собственно, не так давно, на февральской встрече президента с бизнесменами, это стремление было озвучено открыто.* (Андрей Игнатенко. *Олигархи хотят власти // «Московские новости», 2003*); *В конце октября прошлого года на встрече предпринимателей с президентом Дмитрием Медведевым г-н Фридман выступил за скорейшее внедрение этой технологии и пообещал в случае необходимости помочь государству деньгами на расчистку частот.*

(Елизавета Серьгина, Антон Бурсак. Фридман перешел дорогу «Связьинвесту» (12.01.2010) // <http://www.rbcdaily.ru/2010/01/12/media/451434.shtml>, 2010).

Другой стороной деятельности представителей типажа является благотворительность и спонсорство: *Fundamental Physics Prize (FPP)* — крупнейшая в мире научная премия, учрежденная российским бизнесменом Юрием Мильнером. (Итоги учебного 2012-2013 года // «За науку», 2013); *Да я и не знаю ни одного крупного бизнесмена, который, отойдя от дел, не занялся бы благотворительностью.* (Павел Бурмистров, Дмитрий Зимин. Гедонист на службе обществу // «Русский репортер», № 3 (181), 27 января 2011); *Поэтому начинающие предприниматели, жертвующие небольшие деньги на благотворительность, встают вровень с крупными, в масштабах своего бизнеса мелкий бизнес, наверное, тратит даже больше, — рассказывает екатеринбургский предприниматель Игорь Черноголов, президент ГК «Пенетрон-Россия».* (На краю поля // «Эксперт», 2013); *Духовенство, громогласно декларирующее социальную пользу Церкви (даже в деле «возрождения духовности»), получает долю внимания и коммерсантов, которые готовы давать деньги на реализацию церковных проектов.* (Николай Митрохин. Русская православная церковь - итоги десятилетия (2003) // «Неприкосновенный запас», 11.11.2003).

Еще одной стороной деятельности бизнесменов является политика. Они поддерживают политиков и финансируют политические партии, занимают в них важные места или продвигают своих ставленников: *Ни один крупный бизнесмен в России не будет финансировать понастоящему оппозиционную партию, потому что боится потерять свои капиталы.* (Григорий Мкртчян, Николай Волков. Злой и очень опальный (2003) // «Вслух о...», 01.07.2003); *Эти слова можно трактовать и как намек на то, что бизнесмен намерен получить в данном партийном списке соответственно большую квоту для своих ставленников.* (Иван Родин, Максим Гликин. Молодежь оттесняет Лукина от Явлинского (2003) //

«Независимая газета», 28.04.2003); *Как сообщает собкор Наталья Полат, вскоре после назначения главой организации местного бизнесмена Сергея Герасимова половина членов отделения вышла из партии – в основном уважаемые в городе представители интеллигенции: профессора, учителя, врачи, журналисты.* (Михаил Виноградов. Менеджеры против интеллигентов (2003) // «Известия», 03.10.2003); *Этого политика поддержали бы не только предприниматели Курганской области, но и «Единая Россия».* (Евгений Сеньшин. Неожиданный поворот (2004) // «Эксперт», 06.12.2004); *Классический конфликт между мэром городка и районной властью – структурообразующий в политической жизни. Вражда нешуточная. Несколько предпринимателей «носят» и туда, и туда, остальные разделились, каждый поддерживает одну из воюющих сторон.* (Ирина Прусс. «Путей у России много, только они неисповедимы» // «Знание - сила», 2008); *Наконец, все четыре основные партии получили крупные суммы денег от одного и того же коммерсанта – Михаила Ходорковского.* (Михаил Ростовский. Россия – родина клонов (2003) // «Московский комсомолец», 14.01.2003).

Представители типажа и сами становятся депутатами разных уровней и даже губернаторами: *В условиях интенсивного развития нового бизнеса политическая ситуация в Перми оказалась наиболее благоприятной для активного вторжения предпринимателей в политику: в 2000-х годах бизнесмены и промышленники составляли большинство в городской думе.* (Надежда Борисова. Пермь: локальный режим в крупном российском городе // «Неприкосновенный запас», 2010); *Если бы он был просто бизнесменом, но он ко всему прочему еще и государственный человек, губернатор!* (Максим Бондарев. Я вообще не понимаю «Единую Россию» (2004) // «Континент Сибирь» (Новосибирск), 17.12.2004); *Среди членов обновленного Совета Федерации – изрядное количество бизнесменов.* (Дмитрий Владимиров. Сергей Миронов: Совет Федерации не опасен (2003) // «Российская газета», 15.09.2003); *Просто делиться с людьми деньгами вредно, считает*

предприниматель и депутат Александр Сысоев. (Игорь Найденов, Александр Сысоев. Бизнесмен-передвижник // «Русский репортер», № 18 (18), 4-11 октября 2007); В мае 2012 года губернатором Иркутской области впервые за долгие годы стал не варяг, а местный предприниматель Сергей Ерощенко. (Сергей Чернышов, Сергей Ерощенко. Перенастройка региона // «Эксперт», 2013); В Приморье сняли с выборов Черепкова – победил коммерсант Дарькин, а не замполпреда Апанасенко. (Юлия Латынина. Укрупнять, разделять и властвовать? (2003) // «Новая газета», 02.01.2003).

Бизнесмены (но не предприниматели и не коммерсанты) могут заниматься оппозиционной политической деятельностью: *Как ни странно, издания, которые финансово зависят от бизнесменов, стоящих в оппозиции к власти, считаются в России независимыми, — находит еще один повод для удивления Мориц Гатманн из «Репортеров без границ». (Сила и правда // «Русский репортер», № 45 (173), 18 ноября 2010); Ведь цена вопроса (а вопрос – в сохранении практически монопольного положения в экономике небольшого числа группировок) столь значительна, что некоторые наши крупные бизнесмены готовы идти на открытое политическое противостояние с нынешней властью. (Андрей Игнатенко. Олигархи хотят власти // «Московские новости», 2003).*

Наконец, отметим, что представитель типажа может оказаться и преступником, и жертвой криминала. Однако коммерсант, в отличие от предпринимателя и бизнесмена, гораздо чаще является жертвой [Ильинова, 2024г].

7. Досуг. Бизнесмены и предприниматели предпочитают проводить свой отдых на природе, зачастую – за границей: *Со мною в купе ехал мужчина лет пятидесяти, выше меня ростом, крепко сбитый, Сергей. Бизнесмен. Говорили, пока не отошел поезд, сегодня только прилетел с Мальдивских островов, отдыхал десять дней с женой и дочерью. (С. Н. Есин. Дневник (2004)); В костюме, при галстуке, небрежно помахивающий свеженьким портфелем, Николай производил впечатление respectableного*

бизнесмена, залетевшего на Кипр передохнуть после очередной успешной сделки. (Семен Данилюк. Бизнес-класс (2003)); Я тебе говорил, что он у нас теперь крутой бизнесмен, ворочает большими деньжищами? Мне такие даже и не снились. Ездит по заграницам, то в командировку, то отдыхать. Недавно вернулся из Швейцарии, говорит, там дико красиво. (А. С. Лавриненко. Там, где нас нет // «Волга», 2010); В последние годы мы с моим мужем Емельяном, предпринимателем в области компьютерных технологий, и дочкой Васей лето проводим в Италии, недалеко от Пизы. (Лидия Вертинская. Синяя птица любви (2004)); Также необходима информация о собственности предпринимателя. Например, он говорит, что у него есть квартира в Митине площадью 90 кв. м, ВАЗ-2110, в паспорте – штампики, свидетельствующие о том, что он периодически выезжает в Египет и Турцию. (Михаил Попов. Все цвета серого (2004) // «Бизнес-журнал», 22.01.2004).

Коммерсанты же отдыхают в кафе, клубах и ресторанах: *Со своим самостоятельным «бэндом» они довольно часто по субботам и воскресениям подрабатывали на банкетах в этом небольшом кафе, но сегодня публика попалась особенно противная. То ли блатные, то ли богатые коммерсанты — не поймёшь, а, впрочем, какая разница, когда заказывают один так называемый «шансон»? (Семен Каминский. Стоцик // «Ковчег», 2012); Клуб «Шестнадцать тонн». Сижу за стойкой и пью «Черного русского». Бурзум обещала приехать в десять, что означает — ближе к половине одиннадцатого. Массовку создает неприятная мне публика, состоящая из менеджеров западных компаний, бандитов и коммерсантов средней руки. (Владимир Спектр. Face Control (2002)); Как стало известно «ВМ», после работы коммерсант позвал на день рождения узкий круг коллег в питейное заведение на улице Красина. (Банкир чуть не погиб из-за любопытства (2002) // «Вечерняя Москва», 14.03.2002).*

Бизнесмен (но не предприниматель и не коммерсант) может увлекаться спортом (в корпусе упоминаются лыжный спорт, автоспорт, боулинг, теннис):

Новицкий – крупный бизнесмен, младший брат бывшего министра сельского хозяйства Елены Скрынник, колоритный герой нашего времени, для которого автогонки не менее важный, чем предпринимательство, путь самореализации. (Александра Владимирова. Пять заповедей настоящего гонщика // «Русский репортер», 2013); — Там лыжня, — сказал Леня, махнув рукой. — Ты не думай, сюда элита приезжает — актеры, бизнесмены... (Дина Рубина. Медная шкатулка (2011-2015)); Закрытый боулинг-клуб — это уже не бизнес, а трамплин наверх, а также возможность, включившись в Большую Игру, стать особенно полезным для серьезных бизнесменов, политиков, чиновников. (Александр Ходаков. По накатанной дорожке. Куда катится российский боулинг? (2004).

Также бизнесмен может проводить досуг экзотическим или недоступным для большинства способом – заниматься поисковой деятельностью, путешествовать или стремиться к космическому туризму: *В составе поискового отряда «Ориентир» численностью более 20 человек в Старорусский район из Челябинска приедут в ближайшие дни представители разных возрастов и профессий: сотрудники челябинского УМЧС, Управления федеральной службы судебных приставов по Челябинской области, предприниматели, студенты, отставной офицер-танкист... (Алиса Селезнева. Хранить вечно (25.04.2013) // «Новгородские ведомости», 2013); Два русских бизнесмена на «Харлеях» совершили кругосветное путешествие и сделали симпатичное своим простодушием описание вояжа. (Книги // «Русский репортер», 2013); Бизнесмен готовился совершить космический полет на МКС в качестве туриста и прошел полный цикл подготовки по программе, но полет не состоялся. (Елена Алешкина, Сергей Полонский. Так говорил Полонский // «Русский репортер», 2013).*

Частью досуга бизнесменов является посещения мероприятий, не связанных напрямую с их деловой активностью – празднований, презентаций и т. п.: *Мастер-классы, тренинги и рефераты скрашиваются корпоративными развлечениями. Например, как в лучших домах*

Филадельфии, пикник молодых бизнесменов на паруснике «Крузенштерн». (Андрей Тарасов. Сколько Сколково ни корми... // «Знание-сила», 2013); *На презентации были многие крупные бизнесмены, деятели культуры и звезды шоу-бизнеса.* (Лидия Вертинская. Синяя птица любви (2004)).

8. Семейное положение. Для представителей типажа нормально быть женатым – упоминания их жен довольно часты: *Или – ближе к теме – случай с моей сестрой и ее мужем-бизнесменом, Борисом, за которого она все-таки вышла, хотя это плохо кончилось.* (Алексей Слаповский. 100 лет спустя. Письма нерожденному сыну // «Волга», 2009); *В настоящий момент имеется двое отбывающих срок, т. е. Алехина и Толоконникова, на которых пытаются кормиться трое: муж П.Ю. Верзилов, участница концерта Е.С. Самуцевич и адвокат М.З. Фейгин, у которого по бессмертной формуле Ю.М. Лужкова жена предприниматель.* (Максим Соколов. Business as usual // «Русская жизнь», 2012); *А Валюля еще во время учебы вышла замуж за молодого, но очень успешного предпринимателя и осталась в Петербурге.* (Ирина Павская. «Джоконда» Мценского уезда (2006)); *Вечерами эта денежная кичливость перемещается на списочные тусовки мировых брендов, и в банкетно-фуршетном элитном гламуре всеобщим вниманием завладевают выгуливающие самые изощренные наряды и модный тюнинг жёвлики в брюликах – жены влиятельных коммерсантов, усыпанные крупными гайками с бриллиантами* (Анатолий Салуцкий. Немой набат // «Москва», 2019).

Стоит отметить, что в примерах из корпуса нет случаев сочетания существительных *бизнесмен, предприниматель, коммерсант* и прилагательных *неженатый* и *холостой*.

9. Окружение. Типичный представитель типажа взаимодействует со своими компаньонами (если они у него есть), деловыми партнерами и друзьями: *Для начала бизнесмен должен был согласовать подарок со своим компаньоном, Сергеем Козловым.* (Екатерина Ткачёва. Война и мир в Ясной поляне Калининграда (19.08.2017)); *Меня всегда страшно удивляет, как*

часто при встречах с партнерами по бизнесу или просто друзьями-бизнесменами у них названивает мобильный телефон. (Дмитрий Мендрелюк. Суета (2004) // «Бизнес-журнал», 17.08.2004); Идею мобильного кафе молодые предприниматели Кирилл Колодезный и Александр Напорчук подсмотрели в Киеве, где на этом рынке работает уже несколько компаний, а кофемобили стоят в центре чуть ли не на каждом углу. (Михаил Кичанов. Кофе с колес // «Эксперт», 2014); Это убедительно показывает опыт трех молодых предпринимателей, которые в конце прошлого года запустили в Новосибирске интернет-проект под названием «Социальный сканер» (Socscan.ru). (Михаил Кичанов. Поймать в сети // «Эксперт», 2014); Сначала их было пятеро, потом трое, наконец они остались вдвоем — и совместно владели элегантнейшим магазином дорогой итальянской мебели. Володя Шульгин и Миша Раппопорт, коммерсанты, которые потеряли всех своих друзей. (Евгения Пищикова. Пятиэтажная Россия (2007) // «Русская Жизнь», 2008); Группа коммерсантов открыла в Западном округе продуктовый магазин и аптеку. (Александр Хинштейн. Оборотень дикий. Не кормить! // «Московский комсомолец», 2003).

Также он общается в рамках всевозможных клубов по интересам: *Я бреду в сторону метро «Тульская», ощущаю маету во всех мышцах, наблюдаю расцветание пышных, как хризантемы, синяков на обеих руках и наконец очень хорошо понимаю, что объединяет всю эту нашу разношерстную компанию – геологов и бизнесменов, военных пенсионеров и клубных промоутеров. (Вадим Аплетаев. Гражданское добивание // «Русский репортер», № 37 (215), 22 сентября 2011); В рамках церкви действует клуб предпринимателей и бизнесменов, в планах – создание христианской гильдии, своего рода дисконтного центра с льготами для его членов. (Роман Лункин. Христианский ответ обществу потребления // «Эксперт», 2013).*

В повседневной жизни бизнесмена и коммерсанта (но не предпринимателя) сопровождают водители и охранники: *Многие отечественные бизнесмены по примеру господина Гусинского направляли*

туда учиться своих телохранителей. (Сергей Козлов. Волшебники-недоучки (2004) // «Боевое искусство планеты», 11.03.2004); *Пересадив Сергея Кукуру в свой автомобиль, преступники скрылись, предварительно вколов охраннику и водителю бизнесмена сильнодействующее снотворное.* (Леонид Беррес. Прокуратура похоронила дело Кукуры // «Известия», 2003.02.12); *По обоим автомобилям было выпущено свыше двадцати пуль. Почти все они достались Трифонову и охраннику-водителю. Супруга бизнесмена и старший брат, выбежавший из дома на выстрелы, получили касательные ранения.* (Иван Копылов. Гонки по кремлевской вертикали (2003) // «Совершенно секретно», 02.03.2003); *Только после этого водитель с коммерсантом ехали на Кожевническую в мастерскую.* (Николай Леонов. Лекарство от жизни (2001)); *Двое оказались телохранителями солидного коммерсанта и утверждают, что не помнят, почему покинули дом своего клиента, где раздобыли гранатомет и зачем стреляли в верхний этаж пустого дома.* (Наль Подольский. Книга Легиона // «Октябрь», 2001).

Здесь, однако, следует отметить, что последнее упоминание охраны у представителей типажа было отмечено в примере, датированным 2011 г. – что аналогично отмеченному выше исчезновению подобных примеров у представителей супертипажа «российский деловой человек».

10. Речевые особенности. В примерах отмечается наличие у представителей типажа собственного жаргона, типичных выражений: *На сленге Юрия Касимова, бизнесмена-неудачника, это, кажется, называется «бесперспективняк».* (Л. А. Данилкин. Круговые объезды по кишкам нищего (2016)); *Ни карьеры, ни состояния этот человек сделать не сумел, он жил в бедности, упрямый и достойный, побежденный жизнью, из тех, кого новое поколение бизнесменов презрительно именуется «лузерами».* (М. К. Кантор. Одного достаточно (2011)); *Страшным оскорблением у школьников (и у предпринимателей) является лексема лох – «дурак; неполноценная личность» (в арго – «жертва преступления; дурак»).* (Михаил Грачёв. Интервенция криминального языка // «Наука и жизнь», 2009); *Чаще всего, как говорят*

коммерсанты, праведные начинатели «уходили в минус». (Анатолий Кирилин. *Мой брошенный дом // «Сибирские огни», 2012*).

Единичны примеры, в которых отмечается: 1) интонационная особенность бизнес-жаргона: *С изумлением прислушиваясь к невидимому суфлеру, Безукладников заговорил бодряческим тоном, каким, по его разумению, должны говорить отъявленные бизнесмены.* (Игорь Сахновский. *Человек, который знал все (2007)*); 2) использование бизнесменами жаргона преступного сообщества: *Включишь телевизор – все ботают по фене: и политики, и бизнесмены, и президент – откаты, взятки, распилы...* (Светлана Алексиевич. *Время second-hand // «Дружба народов», 2013*); 3) нетождественность бизнес-жаргона и сленга преступников: *– Ты, в натуре, разговариваешь, как реальный бизнесмен, — шепотом упрекнул напарник. – Базарь проще! И конкретнее!* (Андрей Рубанов. *Сажайте, и вырастет (2005)*).

Также коммуникативное поведение бизнесменов характеризуется нежеланием разговаривать на определенные темы: *Наши бизнесмены не только не горят желанием рассказывать о том, как они «делают» свой реальный бизнес, но и наоборот.* (Людмила Пирогова. *Как ты площадь арендуешь, так и бизнес поведешь (2003) // «Встреча» (Дубна), 07.05.2003*).

11. Характеристики мышления и поведения. Бизнесмен и коммерсант (но не предприниматель) интересуется в первую очередь приумножением собственного капитала, личной прибылью, выгодой: *Ну, это как настоящий бизнесмен смотрит на всю систему вещей с позиции: а сколько это стоит и нельзя ли это кому-нибудь продать?* (А. В. Цветков. *После прочтения уничтожить (2009)*); *Я отвечаю: «Мне заплатили. А без денег и братья не стал бы. Я же бизнесмен».* (Игорь Найденов, Макс Ибрагимов. *Макс Ибрагимов: «Совсем другой мебель» // «Русский репортер», № 34 (212), 1 сентября 2011*); *– А что, если заключить с Петькой сделку? – произнесла наконец хозяйка. – Пусть оформляет опеку, квартиру забирает себе, а девочку мне отдает. Он же коммерсант до мозга костей и*

от такого вряд ли откажется! (Максим Милованов. Рынок тщеславия (2000)).

Бизнесменам приписывается настойчивость и упорство, а предпринимателя отличают готовность к риску и энергичность: *Предпринимательская жилка – довольно специфическая черта характера. Конечно, утверждать, будто предприниматели – люди особенные, не слишком корректно. И все же что-то их объединяет: каждому из них присуще определенное сочетание сходных качеств. В частности, настоящий предприниматель — это человек, готовый рискнуть и начать карьеру с «нуля».* (Иван Ламыкин. Всего одна тысяча (2004) // «Бизнес-журнал», 17.08.2004); *Мне кажется, что основные качества предпринимателей идентичны абсолютно везде. Это люди особенные, беспокойные, энергичные, видящие дальше других или, по крайней мере, верящие, что видят дальше других.* (Татьяна Гурова. Магистраль их мышления (2004) // «Эксперт», 13.12.2004).: *Ненастойчивые бизнесмены быстро превращаются в бывших бизнесменов.* (Зиновий Юрьев. Смертельное бессмертие // «Наука и жизнь», 2007); *Придется все-таки занимать. Или прогуливать бизнес. Чего не хотелось бы. Только тех, кто любит труд, бизнесменами зовут.* (А. В. Кивинов. Хенк И Боб. Купчино (2012)).

В примерах присутствует представление о существовании задатков, врожденных качеств представителя типажа: *Нет у меня задатков бизнесмена, у меня есть определенная хватка, но большой бизнес, он требует больших знаний, хладнокровия и это не совсем мое.* (Валерий Сюткин. Валерий Сюткин: Первые деньги заработал нелегально, но честно // Forex Magazine, 2004); *Потом искоса взглянул на Шуру и ответил: – Понимаешь, Шура, бизнесменом, как поэтом, надо родиться. У тебя или это есть, или этого нет. Если это есть, то и спрашивать ничего не нужно. Богатство само придет.* (Вадим Баевский. ШАД // «Знамя», 2006); *А если у него есть задатки предпринимателя — не логичнее ли развивать именно их, а не способность подчиняться, которая и так априори развивается?* (Д. Савчик.

Личный опыт. Социализация и школа // Православие и мир (pravmir.ru), 2015); *Я знаю Абломкина с самого детства. Он от природы коммерсант!* (Максим Милованов. Естественный отбор (2000)); *Игорь уже был вкратце знаком с теорией Иры Золотухиной о двух категориях людей на рынке: тех, кто торгует по велению души, то есть прирожденных коммерсантах, и тех, кто вынужден торговать исключительно из-за необходимости кормить семью, детей или самого себя.* (Максим Милованов. Рынок тщеславия (2000)).

Также предпринимателям и коммерсантам (но не бизнесменам) приписывается:

- суеверность: *Подспудная уверенность, что опасность нелогична, и только сложная система оберегов и домашних магических ритуалов может помочь. А вдруг? Хуже-то не будет. Я знаю молодого предпринимателя, который в трудную для его бизнеса минуту выбросил за окно золотую цепь. Решил откупиться от злой судьбы.* (Евгения Пищикова. Пятиэтажная Россия (2007) // «Русская Жизнь», 2008); *Почти все коммерсанты – от мелкого ларечника, до крупного олигарха – слепо верят во всякого рода приметы и суеверия.* (Максим Милованов. Рынок тщеславия (2000));

- практичность, умение считать деньги: *То, что отношения клиента и банка строятся на доверии, подчеркивает и ведущий экономист отдела кредитования малого бизнеса Московского кредитного банка Владимир Ципурка: – Любой предприниматель всегда считает свои деньги.* (Михаил Попов. Все цвета серого (2004) // «Бизнес-журнал», 22.01.2004); *Я представляю, как в темных ларьках парятся и портятся продукты, предприниматели не тот сорт людей, которые что-либо выбросят.* (С. Н. Есин. Дневник (2006)); *стремление к немедленной наживе: Русский купец и предприниматель, он все же остается русским купцом, желающим содрать все и сейчас. Даже собственное будущее его волнует не очень сильно.* (С. Н. Есин. Дневник (2006)); *Можно Чубайса ругать, но он – коммерсант и берет то, что дешевле.* (Ирина Сербина. Уголь против газа. Госсовет готовится

выступить арбитром (2002) // «Известия», 17.07.2002); *Мы коммерсанты. Считаем деньги и управляем рисками.* (Сагадат Хабилов: «Станкоимпорт должен стать поставщиком сложных технологических решений» (2002) // «Известия», 26.12.2002).

- изворотливость, инициативность: *С моей точки зрения, любой предприниматель, увидев, что в его маленькое кафе вдруг стали приходить сотни людей, непременно использовал бы ситуацию и заработал кучу денег.* (И. Ю. Стогов. Грешники (2007)); *Более того, назначения самураев в государственные компании, то есть попытка вывести гибрид, у которого будут чистые руки чекиста и изворотливый ум коммерсанта, кончилась неудачей.* (Юлия Латынина. Самурайская дружба // «Еженедельный журнал», 2003.03.17).

12. Собственность и финансовое положение. В примерах из корпуса типичные представители типажа владеют машинами, домами, яхтами и землей: *В нулевых Сомов, одноклассник Петелина, бизнесмен здешний, скупил всю полосу вдоль реки и овраг купил. И поле правее от него.* (Михаил Тяжев. Овраг // «Октябрь», 2013); *На одной из дач нашли труп молодого парня — бизнесмена, владельца небольшой фирмы, занимающейся натяжными потолками. А неподалеку от дома – брошенную иномарку убитого.* (Дмитрий Виноградов. Глазами мента // «Русский репортер», № 14 (93), 16-23 апреля 2009); *Я знал одного бизнесмена. Имел он дорогую иномарку, микроавтобус, 2-этажный загородный дом и четверых малолетних детей.* (Михаил Ивкин. Липовые бедняки (2003) // «Восточно-Сибирская правда» (Иркутск), 21.06.2003); *Он тоже русский, тоже бизнесмен – однажды пригласил нас с отцом и с Гвидо на завтрак — на яхту.* (Дина Рубина. Русская канарейка. Блудный сын (2014)); *Стал индивидуальным предпринимателем, торговал семенами, купил машину, про литературу, похоже, забыл.* (А. Н. Бузулукский. Учительницы (2015) // «Волга», 2016); *Предприниматель Досиков на принадлежащем ему грузовике «КамАЗ» пытался провезти через таможенную границу в сопредельную*

страну цветные металлы общей стоимостью более 80 тыс. руб. (Сборник задач по уголовному праву России (2008)); 23 сентября документ вновь поступил в нижнюю палату, сразу после «санкционного» ареста в Италии четырех объектов недвижимости, принадлежащих предпринимателю Аркадию Ротенбергу, а потому с подачи оппозиции мгновенно получил название «закон о виллах Ротенберга.» (Прорыв на перспективу // «Эксперт», 2014); Любого нашего предпринимателя спроси: «Как живешь?» – он ответит: «Хреново». А у него и бизнес, и дом, и машина. (Игорь Найденов, Макс Ибрагимов. Макс Ибрагимов: «Совсем другой мебель» // «Русский репортер», № 34 (212), 1 сентября 2011).

При этом в собственности у коммерсанта гораздо чаще находится автомобиль: *Коммерсант без тачки, что Плисецкая без пачки. (Поговорки по-новому (2003) // «Вечерняя Казань», 14.01.2003); «Каблуки» и фургончики коммерсантов пытаются перевезти товар куда-то по знакомой дороге, изредка попадают тяжелые агрегаты, предназначенные для дорожных работ, — такое впечатление, что дорога ремонтируется постоянно, без перерывов. (Борис Куприянов. С препятствиями // «Русская жизнь», 2012); Надолго запомнится встреча с «пешеходами» и столичному коммерсанту, путешествующему за рулем собственного КамАЗа по Балашихинскому району Подмосковья. (Новости (2002) // «Автопилот», 15.06.2002).*

Типичный бизнесмен и коммерсант – человек состоятельный: *Один из наших одноклассников (и единственный, замечу), Андрей Польшинцев, за пятнадцать прошедших лет разбогател, став бизнесменом. (Е. В. Колина. Дневник измены (2011)); Я тебе говорил, что он у нас теперь крутой бизнесмен, ворочает большими деньжищами? (А. С. Лавриненко. Там, где нас нет // «Волга», 2010); Наталия Алексеевна несколько месяцев крепко держала в своих цепких коготках толстый кошелек бизнесмена и его самого, но почти два месяца, как отношения их разладились, причем отнюдь не по воле Наталии Алексеевны. (Надежда Трофимова. Третье желание // «Звезда», 2003); Коммерсант по умолчанию богат: Они говорят: «У меня сейчас нет*

денег, которые платят коммерсанты, состоятельные люди». (П. Скоробогатый, А. Садкин. Конструктор политической реальности // «Эксперт», 2016); – *Нынче кто хорошо живет? – вдруг спросил он меня и тут же сам ответил: – Бандиты да коммерсанты.* (Алексей Моторов. Преступление доктора Паровозова (2013)).

Как и в случае со словосочетанием *деловой человек*, в корпусе отсутствуют случаи сочетания существительных *бизнесмен* и *коммерсант* и определения *небогатый* или *бедный*. Впрочем, несколько раз бизнесмен называется *неудачником*: *Юрий Касимов, провинциальный бизнесмен-неудачник (пострадал за правду), получает предложение участвовать в невиданном эксперименте – в течение нескольких недель колесить по Европе, регистрируя в путевом дневнике все сколько-нибудь странные объекты и явления; «пойди найди то, не знаю что», за 2000 евро.* (Л. А. Данилкин. Круговые объезды по кишкам нищего (2016)); *Таким образом, два упомянутых бизнесмена не являются просто неудачниками, которым, что называется, фишка не выпала.* (Приватизация интеллектуальной собственности (2004) // «Мясная индустрия», 25.10.2004). Коммерсант же может разориться: *Очередную группу интуристов он поджидал обычно в ограде храма Василия Блаженного и представлялся гостям площади то бывшим советским офицером, угодившим под сокращение, то инженером, потерявшим любимую работу, то коммерсантом, которого разорили мздоимцы-чиновники.* (Борис Грищенко. Посторонний в Кремле (2004)).

А вот предприниматели могут быть как богатыми (в большинстве примеров), так и небогатыми: *А этот «пациент» врача кто по должности, откуда: из чиновников или из богатеньких предпринимателей или чьих-то сынков тех?* (Нижегородский врач подменила анализы наркомана за взятку (10.04.2015)); *Синеоков богатый предприниматель, преступников четверо, в масках, они хитростью вошли в его дом, искали только ценности и деньги, смотрели под ванной и туалетный бачок...* (Даниил Корецкий. Менты не ангелы, но... (2011)); *Подумаешь, предприниматели! Они деньги лопатой*

гребут — не то что мы с тобой. (Н. Леонов, А. Макеев. *Ментовская крыша* (2004)); *Индивидуальные предприниматели не богаты.* (Повестка дня // «Эксперт», 2013); *Крупные торговцы, по словам предпринимателя, хотят товар с отсрочкой платежа: «Получается не бизнес, а благотворительность; я небогатый предприниматель и не могу замораживать деньги».* (Елена Николаева. *Таблетка от сутулости* // «Эксперт», 2014).

Таким образом, можно констатировать наличие некоторой разницы в паспортных данных при использовании различных лексем для номинации субтипажа «предприниматель». Отметим, что они совпадают с результатами, полученными путем опроса информантов: «бизнесмены старше и богаче предпринимателей» [Карасик, Китанина, 2024, с. 23]. Тем не менее, эти различия носят диффузный характер, и на основе составленного паспорта можно очертить следующие общие стереотипные черты. Внешний облик представителя типажа достаточно размыт; однако вполне возможны полнота, облысение и холеность. Типичная одежда – костюм. Это молодой или зрелый мужчина, который не унаследовал свое состояние или бизнес, а «сделал себя сам»: до того, как заняться бизнес-деятельностью, он работал или служил, а мог быть и связан с криминалом. Он живет в доме (коттедже) или квартире. Представитель типажа может заниматься разнообразной деятельностью, приносящей прибыль – от торговли до экзотических видов бизнеса. Он посещает разнообразные мероприятия – форумы, конференции, приемы и т.д. Он может быть связан с политикой – поддерживать политиков, финансировать политические партии либо сам участвовать в выборах в различные органы власти. Также он может заниматься благотворительностью. Досуг он проводит разнообразно, однако является довольно занятым человеком. Представитель типажа может быть женат. Его окружение – партнеры по бизнесу, а также водитель и охрана (если они есть). Представителя типажа отличают профессиональные особенности речи – прежде всего, использование специфических выражений. Ему

приписываются настойчивость и упорство, готовность к риску и энергичность, суеверность, практичность, умение считать деньги, инициативность, изворотливость. Типичный предприниматель/бизнесмен/коммерсант состоятелен и обладает собственностью – как правило, недвижимостью и автомобилем.

Большинство представленных в примерах упоминаний паспортных характеристик представителя типажа относятся к деятельности (включая политику и благотворительность) предпринимателей (39%), характеристикам мышления и поведения (12%), собственности и финансовому положению (11%) и семейному положению (включая упоминания детей) (11%). В наглядной форме эти цифры представлены на круговой диаграмме 2.

Диаграмма 2. Упоминание в примерах паспортных характеристик субтипажа «российский предприниматель».



Говоря о внутренних различиях в перцептивно-образной составляющей субтипажа, связанных с употреблением номинирующих его лексем, отметим, что главные отличия типичного бизнесмена от типичного предпринимателя касаются внешнего образа, характеристик мышления и наличия богатства.

Паспортные характеристики субтипажа «российский предприниматель» в зависимости от номинации представлены в таблице 4.

Таблица 4. Сводная таблица паспортных характеристик субтипажа «российский предприниматель» в зависимости от номинации

	Бизнесмен	Предприниматель	Коммерсант
Внешний образ	Костюм, мобильный телефон, часы; вероятны полнота, облысение и холерность	Разнообразный	Неофициальный
Возраст	Преимущественно молодой или зрелый	Скорее молодой	Разнообразный (недостаточно данных)
Гендерный признак	Мужчина	Преимущественно мужчина	Мужчина
Происхождение	Возможно криминальное прошлое; мог работать или служить	Возможно криминальное прошлое; мог работать или служить	Возможно криминальное прошлое; мог работать или служить
Место жительства	Загородный дом и/или квартира	Загородный дом и/или квартира	Загородный дом и/или квартира
Сфера деятельности	Разнообразная; возможны занятия политикой и благотво-	Разнообразная; возможны занятия политикой и благотво-	Преимущественно торговля

	рительностью	рительностью	
Досуг	Редкий отдых, путешествия; спорт, хобби	Редкий отдых, путешествия	Кафе, клубы и рестораны
Семейное положение	Может иметь семью	Может иметь семью	Может иметь семью
Окружение	Партнеры по бизнесу, водитель, охрана	Партнеры по бизнесу	Партнеры по бизнесу, водитель, охрана
Речевые особенности	Присутствуют	Присутствуют	Присутствуют
Характеристики мышления и поведения	Настойчивость и упорство	Готовность к риску и энергичность, суеверность практичность, умение считать деньги, инициативность, изворотливость	Суеверность, практичность, умение считать деньги, инициативность, изворотливость
Собственность и финансовое положение	Высокие доходы; в собственности – автомобиль, недвижимость	Преимущественно высокие доходы; в собственности – автомобиль, недвижимость	Высокие доходы; в собственности – автомобиль, недвижимость

2.2.3 Перцептивно-образная составляющая субтипажа «российский топ-менеджер»

Составленный ниже паспорт ЛКТ «российский топ-менеджер» сформирован на основе употреблений всех номинирующих его лексем и словосочетаний, обнаруженных в примерах из корпуса.

1. Внешний образ. Главный внешний признак топ-менеджера – костюм, как правило, дорогой. Иногда упоминаются по отдельности пиджак и галстук: *И с горькой усмешкой наблюдают, как топ-менеджеры в костюмах по двадцать тысяч долларов за штуку выстроились в отечественную кассу, чтобы перехватить деньги и вернуть кредиты западным банкам.* (Д. Н. Каралис. Дневник (2008)); *Ведущие программ более артистических выглядят как топ-менеджеры. Тут в моде драматический стиль — это когда сорочка (топ-менеджеры не носят рубашек, они носят сорочки) должна быть темнее костюма.* (Евгения Пищикова. Пятиэтажная Россия (2007) // «Русская Жизнь», 2008); *Рядом со мной присаживается вальяжный молодой мужик в дорогом костюме и галстуке, с виду преуспевающий топ-менеджер.* (Юрий Осипов. Империя страсти (2002) // «Вечерняя Москва», 09.12.2002); *На его отглаженном пиджаке красовался прикрученный значок с логотипом банка – недавно введенный знак принадлежности к высшему менеджменту.* (Семен Данилюк. Рублевая зона (2004)).

2. Возраст. Возраст представителя типажа присутствует в примерах довольно редко. Тем не менее, минимальный возраст составляет 25 лет, а максимальный обозначен как «четвертый десяток». В двух примерах топ-менеджер охарактеризован как *молодой*. Еще в одном примере говорится о среднем возрасте 40 лет. Таким образом, можно обозначить возраст типичного топ-менеджера как 30–40 лет.

3. Гендерный признак. В отличие от существительных *бизнесмен* и *коммерсант* и аналогично лексеме *предприниматель* лексема *топ-менеджер*

может указывать на лицо женского пола: *Но даже если она топ-менеджер, незаменимый сотрудник, достойный представитель среднего класса – силы-то кончаются.* (О. А. Славникова. 2017 (2017)); *Тревога москвички: „Мне скоро тридцать, а я все еще не топ-менеджер!“*. (Евгения Пищикова. Пятиэтажная Россия (2007); *Она работала топ-менеджером.* (Анатолий Найман. Жизнь и смерть поэта Шварца // «Октябрь», 2001). В НКРЯ встречается и словосочетание *женщина-руководитель высшего ранга*: *«Я не держу семейных фотографий на столе, – говорит Мария Марсед, единственная женщина-руководитель высшего ранга, которую в начале года журнал Time назвал среди лучших менеджеров «электронной эпохи».* (Александр Левинский. Мария Марсед: «Зачем рассчитывать на козырного туза в чужих руках» (2002) // «Известия», 05.03.2002).

4. Происхождение. Топ-менеджеры имеют разное образование и разную профессиональную траекторию: *Вспоминаю университетских друзей... Мы стали кем угодно, но не филологами – топ-менеджерами рекламных агентств, банковскими служащими, «челноками» ...* (Светлана Алексиевич. Время second-hand // «Дружба народов», 2013); *Кроме того, в число «кооператоров» вошел и упомянутый выше Владимир Смирнов – также в прошлом ученый (в 80-е годы защитил кандидатскую диссертацию), ставший к тому времени, о котором идет речь, топ-менеджером Петербургской топливной компании.* (Алексей Макаркин. Другие питерцы (2003) // «Совершенно секретно», 02.03.2003); *Бывший топ-менеджер Сбербанка Борис Юрлов (кстати, физик по первоначальной специальности, долгое время работавший в Обнинске) стал первым заместителем управделами президента, а в прошлом году переместился в кресло зампреда правления «Газпрома» по финансам.* (Алексей Макаркин. Другие питерцы (2003) // «Совершенно секретно», 02.03.2003); *Однако прошло время, и сейчас о медицинском прошлом топ-менеджера НТВ мало кто вспоминает.* (Алексей Макаркин. Усмирение СМИ (2003) // «Совершенно секретно», 08.04.2003).

5. Место жительства и характер жилища. Топ-менеджер может жить как в квартире (в том числе арендованной), так и в доме (иногда – весьма роскошном): *Достаточно сравнить автопарк Брежнева с яхт-парком Абрамовича или квартиры советских функционеров с дворцами нынешних чиновников и топ-менеджеров.* (А. Константинов. Неравный мир // «Кот Шрёдингера», 2016); *В аренде максимальная стоимость московской квартиры – \$ 10–12 тыс. в месяц. За эти деньги можно снять самое лучшее жилье в новых элитных домах или в отреставрированных сталинских, меблированных, с полным набором бытовой техники. Основной контингент снимающих – работающие в России иностранцы, а также топ-менеджеры крупнейших отечественных компаний, в первую очередь, связанных с экспортом нефти и газа.* (Владимир Абгафоров. Рекордсмены на рынке недвижимости (2002) // «Мир & Дом. City», 15.01.2002); *Изначально мы позиционировали Барвиху-2 как поселок для молодых, социально активных людей – топ-менеджеров и собственников бизнеса, – рассказал руководитель отдела продаж департамента развития проектов компании «МИЭЛЬ-Недвижимость» Сергей Касаткин.* (Город в деревне (2002) // «Домовой», 04.11.2002); *Практически все крупные российские компании, в том числе «ЮКОС», «Лукойл», «Норильский никель», контролируют ряд ключевых для себя населенных пунктов (причем даже своих высших менеджеров предпочитают селить в закрытых коттеджных поселках).* (Антон Олейник. Казнить - нельзя - миловать (2003) // «Неприкосновенный запас», 12.09.2003).

6. Сфера деятельности. Судя по примерам, топ-менеджер планирует, разрабатывает стратегии, проводит переговоры, руководит сотрудниками; предприятие развивается согласно их замыслам: *Так, по примеру большинства крупных компаний, у которых есть специальные топ-менеджеры по рискам, разрабатывающие сценарии развития в условиях кризисов, правительства по всему миру должны ввести специальные посты министров для оценки экономических, экологических, политических и*

технологических рисков. (Повестка дня // «Эксперт», 2013); Топ-менеджеры ЮКОСа Сергей Муравленко и Леонид Симановский провели срочные переговоры с руководителями ВАЗа. (Андрей Гаврюшенко. Дело. 1992-2002 (2002) // «Дело» (Самара), 26.05.2002); Особое внимание уделяется тем, кто работает во вредных для здоровья условиях, а топ-менеджеры и среднее звено персонала участвуют в распределении бесплатных путевок для восстановления или реабилитации после болезни. (Диана Вишневская. Добровольное медицинское страхование вымирает (2002) // «Дело» (Самара), 27.03.2002); В пресс-службе ЗАО «СИБУР-Самара» заметили, что «Газпром» благосклонно относится к самарскому территориально-производственному комплексу, и если газовики сохраняют объем инвестиций, определенный топ-менеджерами «СИБУРа», то это будет «очень хорошо». (Владимир Штанов. «СИБУР-Самара» меняет собственника (2002) // «Дело» (Самара), 03.04.2002); Причем все аптеки, по замыслу топ-менеджеров фирмы, должны располагаться в 500-километровых зонах вокруг Самары и Москвы – своеобразная «восьмерка», оправданная с точки зрения логистики. (Владимир Штанов. Чужого не надо (2002) // «Дело» (Самара), 19.03.2002); Помощь в решении текущих вопросов и глобальных проблем – это в компетенции топ-менеджмента, который ежедневно коммуницирует с сотрудниками на местах и руководит их действиями. (Татьяна Гурова, Игорь Лукашов. Регулярный фитнес // «Эксперт», 2014).

Также топ-менеджеры посещают деловые мероприятия – форумы, выставки, семинары, конференции: *На Форуме присутствовали руководители деловых и досуговых клубов, предпринимательских ассоциаций и союзов, общественных объединений из Москвы, регионов России и других стран, собственники и топ-менеджеры компаний. (Юбилейный Форум «Клубы Москвы» // «Эксперт», 2015); В работе выставки примут участие ведущие специалисты России и стран СНГ: топ-менеджеры, директора по персоналу, руководители корпоративных университетов, начальники учебных центров — лидеров международного и российского бизнеса. (МВА*

Company – новый проект Moscow Business School // Coach, 2008); В семинаре приняли участие более пятидесяти руководителей финансовых служб и топ-менеджеров предприятий Новосибирской и Кемеровской областей, Алтайского края. (Юрий Голдаев. Коротко (2004) // «Континент Сибирь» (Новосибирск), 17.12.2004); Конференция Pro-Management была весьма представительной: среди выступающих — топ-менеджеры «Орифлэйм», Wrigley, «СладКо», «Росинтер», «Дарья», «Быстров», «Балтика», «Тинькофф». (События (2004) // «Бизнес-журнал», 16.03.2004).

Представители типажа ведут переговоры и встречаются с высшими должностными лицами: «Транснефть» заинтересована в скорейшем подписании меморандума всеми участниками проекта», – сообщил РБК daily вице-президент компании Михаил Барков, добавив, что на текущей неделе ожидаются переговоры делегации ВР с топ-менеджерами «Транснефти» по вопросу снятия разногласий по проекту. (Людмила Подобедова. Расширение или уничтожение (15.09.2008) // <http://www.rbcdaily.ru/2008/09/15/tek/379376.shtml>, 2008); Поговорить с главой государства пришли топ-менеджеры восьми крупнейших предприятий отрасли. (Мария Никифорова. Президент провел совет директоров (2003) // «Независимая газета», 11.06.2003); По сведениям «Известий», некоторые топ-менеджеры «голубых фишек» участвуют в заседаниях, непрерывно проходящих в Кремле. (Фирменная лепта. Отечественные бизнесмены не будут выкупать заложников (2002) // «Известия», 25.10.2002).

Иногда деятельность топ-менеджеров связана с политикой: они финансируют политические партии и выдвигаются в депутаты: Вполне естественны попытки ЮКОСа внедрить в КПРФ более вменяемых людей. Именно под структурные и идеологические изменения Компартии топ-менеджеры ЮКОСа «в свободное от работы время» инвестируют средства... (Николай Анисин. Золото партии (к методике компрометации КПРФ) (2003) // «Завтра», 03.06.2003); 30 октября Центральная избирательная комиссия РФ приняла постановление об исключении топ-

менеджера ЮКОСа Владимира Дубова, владельца 7 % пакета акций нефтяной компании, из федерального списка кандидатов в депутаты Госдумы, выдвинутого партией «Единая Россия» на основании решения Генерального совета партии, принятого 24 октября, поскольку гражданин Дубов эмигрировал в Израиль. (Валентин Иванов. Свободу олигархам! (2003) // Интернет-альманах «Лебедь», 07.12.2003); То есть, конечно, все уважающие себя крупнейшие компании представлены в палате своими топ-менеджерами – но в основном одним-двумя. (Петр Акопов. Русский сенат. Попытка коллективного портрета нового состава Совета федерации (2002) // «Известия», 30.01.2002). Впрочем, все примеры подобного рода исчезают к 2010 г.

Благотворительная деятельность представлена лишь одним примером: Многим благотворительным фондам этого очень не хватает. Хотя понятно, что без горящих глаз, искреннего желания помочь и спасти даже тогда, когда кажется, нет выхода, невозможно. Но об эффективности думать все равно надо. Я была на встрече нашего топ-менеджера с представителями одного фонда. (А. А. Данилова, Валерия Потапова. Александра Бабкина: я вижу, как фонды разбивают голову о государство (2016.09) // 2016).

7. Досуг. Примеры, рассказывающие о досуге топ-менеджеров, единичны, но можно сделать вывод, что типичный представитель типажа предпочитает нестандартный отдых: *Как правило, к такому отдыху стремятся люди умные и молодые. Часто – топ-менеджеры и собственники крупных инвестиционных компаний и банков, которым не нужен обычный «тупой» отдых, – говорит Князев. (Екатерина Чинарова. Богатые тоже скачут (2004) // «Бизнес-журнал», 30.01.2004); Не ожидал я склонности к низкопробным увеселениям от топ-менеджера и технократа. (Владимир Спектр. Face Control (2002)).*

8. Семейное положение. Хотя примеров, касающихся данной области, не очень много, можно сделать вывод, что для топ-менеджера, как и для

бизнесмена, нормально иметь семью: *Руководит этой группой и проектом в целом Василий Бровко – основатель агентства «Апостол», топ-менеджер «Ростеха» и муж Тины Канделаки.* (Полина Волохова. История России в станках: как будет выглядеть новый промышленный музей в Туле (2017.11) // Афиша Daily, 2017); *За ней бегали тины самые разные, гангстеры-меценаты и топ-менеджеры-рекламодатели, примодненные чиновники, светские завсегдатаи и титулованные спортсмены. Не раз звали замуж, чтоб все красиво.* (Александр Снегирев. Вера (2015)); *Жена – топ-менеджер, а ребенок – угрюмый троечник?* (Евгения Пищикова. Пятиэтажная Россия (2007) // «Русская Жизнь», 2008).

9. Окружение. В корпусе присутствует мало примеров, но, возможно, окружением типичного топ-менеджера являются другие топ-менеджеры на работе как элитарная группа: *Глеб, член касты топ-менеджмента, мог приблизиться к запретным пространствам «ДиКСи», а Борька не мог.* (Алексей Иванов. Комьюнити (2012)); *За эти месяцы Женя полностью освоился среди высшего менеджмента новой волны, обрел доверие Второва и недавно, по рекомендации Баландина, был назначен на должность вице-президента.* (Семен Данилюк. Рублевая зона (2004)).

10. Речевые особенности. Особенности речевого и коммуникативного поведения топ-менеджеров в примерах не отмечены.

11. Характеристики мышления и поведения. К особенностям мышления и поведения топ-менеджеров можно отнести только прагматизм, отмеченный в одном из примеров: *Ситуация требует мировоззренческого осмысления. Ее не разрешить благодаря таланту военачальника, прагматизму топ-менеджера или проповедями и обращением к Всевышнему.* (И. Л. Андреев. Россия: взгляд из будущего (2003) // «Вестник РАН», 2004).

12. Собственность и финансовое положение. Из собственности топ-менеджеров в корпусе упоминаются только автомобили: *Возможно, что ясности добавит видеосъемка этого участка шоссе: в отличие от столь же резонансного прошлогоднего ДТП на Ленинском проспекте, когда от*

столкновения с Mercedes топ-менеджера «Лукойла» Анатолия Баркова погибли две москвички, на этот раз убедить всех в том, что Рублево-Успенское шоссе не просматривается полностью видеокамерами, будет непросто. (Владимир Антипин. Постой, членовоз! // «Русский репортер», № 3 (181), 27 января 2011).

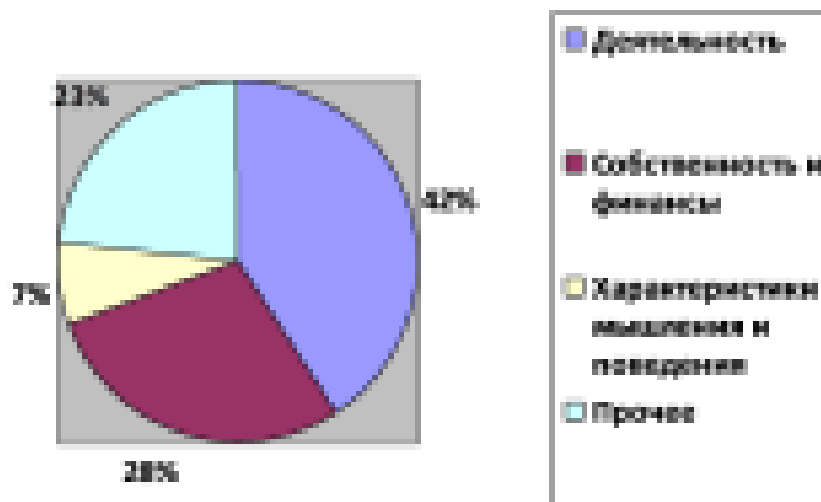
Представитель типажа богат или как минимум имеет высокие доходы: *Когда нам власть говорит, что на это нет денег, – ну извините, для Сечина и других топ-менеджеров миллионы есть, а на свое население денег нет?.. (Таисия Бекбулатова, Николай Бондаренко. «Покупаю немного карамелек -- это дает небольшой эмоциональный подъем» Саратовский депутат Николай Бондаренко -- о своей попытке питаться на 3500 рублей в месяц (2018.11) // 2018); Журнал Forbes уже не первый год составляет оценочный рейтинг самых дорогих топ-менеджеров России. Первые строчки в нем постоянно занимают одни и те же люди: руководители «Газпрома», ВТБ, Банка Москвы, Сбербанка и «Роснефти», и каждый раз их годовое вознаграждение оказывается не ниже 10 млн долларов. (Д. Яковенко. Известный банкир и сельский врач // «Эксперт», 2016); Сама по себе эта группа крайне неоднородна и поляризована: здесь и высокодоходные топ-менеджеры крупнейших частных компаний, и низкооплачиваемые работники бюджетной сферы. (Основные тенденции изменения демографической и социальной структуры российского общества: итоги Всероссийской переписи населения 2002 года (2004) // «Вопросы статистики», 18.11.2004); . Старейшей компании, у которой нет такого комсомольского задора, но есть много миллионеров в высшем менеджменте, угнаться за лидером открытости будет непросто. (Иван Голиков. Старость и мудрость (2003) // «Вслух о...», 30.04.2003).*

Таким образом, на основе составленного паспорта можно очертить следующие стереотипные черты топ-менеджера. Типичный топ-менеджер – среднего возраста, носит дорогой костюм. Это скорее мужчина, чем женщина. Топ-менеджеры имеют разное образование. Топ-менеджер живет в квартире

или в доме. На работе он планирует, разрабатывает стратегии, проводит переговоры, руководит сотрудниками; предприятие развивается согласно его замыслам. Он посещает деловые мероприятия, может финансировать политические партии или выдвигаться в депутаты сам. Он предпочитает нестандартный отдых. Он может иметь семью. Его окружение – прочие топ-менеджеры на работе, совместно с которыми он и осуществляет профессиональную деятельность (в отличие от бизнесмена). Доходы топ-менеджера высоки.

Большинство представленных в примерах упоминаний паспортных характеристик топ-менеджера относятся к деятельности (включая политику и благотворительность) топ-менеджеров (41%), их собственности и финансовому положению (27%) и характеристикам мышления и поведения (7%). В наглядной форме цифры представлены на круговой диаграмме 3.

Диаграмма 3. Упоминание в примерах паспортных характеристик субтипажа «российский топ-менеджер».



Наконец, обращаясь к метафорически-образной составляющей ЛКТ, отметим, что номинация топ-менеджера как менеджера/управленца/руководителя *высшего* звена/ранга/уровня актуализирует пространственную метафорическую модель «верх–низ», где верх соответствует высокому социальному статусу [Петрова, 2014].

2.3 Ценностная составляющая

2.3.1 Ценностная составляющая супертипажа «российский деловой человек»

Аксиологическую (ценностную) составляющую ЛКТ определяют два взаимосвязанных элемента: оценка типажа (самовосприятие типажа и оценка окружающих) и ценностные доминанты типажа (внутренние стремления и жизненные цели).

В первую очередь рассмотрим словосочетание *деловой человек* как репрезентирующее верхний уровень комплексного ЛКТ.

1. Оценка. С фигурой делового человека связаны такие положительно оцениваемые понятия, как репутация, авторитет, престиж и солидность: *Наличие за правым плечом молчаливого гиганта в строгом костюме стало показателем престижа и солидности делового человека* (Сергей Козлов. Волшебники-недоучки (2004) // «Боевое искусство планеты», 11.03.2004); *VIP-клиенты банка это, как правило, преуспевающие деловые люди, занимающие ведущие позиции в элите российского бизнеса и имеющие хорошую репутацию и авторитет* (Анна Каледина. Важный клиент. Российские банки отработывают технологии по обслуживанию VIP-персон (2002) // «Известия», 26.03.2002).

С деловыми людьми связываются понятия «мода» и «стиль»: *Деловой стиль – это слияние безупречной аристократической элегантности и одежды толпы. Это позволяет модному деловому человеку не быть ‘белой*

вороной' (Любовь Стоцкая. Бой-баба или бизнес-леди? (2004) // «Бизнес-журнал», 03.03.2004). Впрочем, приписываемые деловым людям положительные характеристики не слишком многочисленны: *Как деловой человек, он должен иметь уважение к чужой частной собственности* (С. А. Самсонов. Кислородный предел (2008-2009)); *А во-вторых, Россия обречена на выход из кризиса, если мы, конечно, правильно оцениваем ее место в историческом потоке. И ее спасут не говоруны, а деловые люди, способные пойти не по тоталитарному пути, а по демократическому* (Юрий Азаров. Подозреваемый (2002)); *Деловые люди составляют очень важный костяк нашего общества. (Служения и встречи Святейшего Патриарха Кирилла (2009) // Журнал Московской Патриархии № 1, 2010); Власти надо говорить с гораздо более широким кругом деловых людей – с теми, кто реально занимается развитием экономики.* (Владимирова Елена. ПОРА ОЛИГАРХАМ УХОДИТЬ СО СЦЕНЫ // Труд-7, 25.03.2005).

К амбивалентным чертам деловых людей относится их стремление с пользой проводить свое время, оборачивающееся, однако, равнодушием ко всему, что не относится к их личным делам: *Деловые люди не тратят времени зря* (Наталья Меликова. Александр Мамут спутал все карты (2003) // «Независимая газета», 22.07.2003); *На асфальте лежал хорошо одетый молодой мужчина, явно не пьяный и не бомж, а мимо проходили граждане – озабоченные важными проблемами деловые люди и максимально обнаженные под солнцем женщины; весело смеясь, пробежали дети* (Альберт Валентинов. Умирать будем молодыми // «Наука и религия», 2008); *Первый мужчина дернулся и прошел мимо, он как будто спешил – как символ равнодушия деловых людей, живущих в режиме "дом-работа-дом".* (anna-paulsen. livejournal.com anna-paulsen (2013)).

Хотя деловые люди являются предметом восхищения, их образ не свободен от криминального флера: *Она попросила познакомиться с бандитом, смехом, конечно, подразумевая под этим делового человека* (Александр Савельев. Аркан для букмекера (2000)); *Меня всегда восхищают деловые*

люди и криминалы (Владимир Войнович. Монументальная пропаганда // «Знамя», 2000). В корпусе встречаются примеры, в которых преступников иронически называют «деловыми людьми» (в кавычках).

Отрицательные оценки деловых людей связаны с их нечестностью и эгоизмом: *Но и относительно честные «бомбилы» – именно так называют этот сорт деловых людей – постоянно пытаются взять со своих клиентов суммы, в разы превосходящие реальную оплату* (Сергей Есин. Маркиз Астольф де Кюстин. Почта духов, или Россия в 2007 году. Переложение на отечественный Сергея Есина (2008)); – *Да, это несущественно, есть кто помимо нас, деловых людей, или нет!* – подтвердил Анонимус (А. М. Титов. Анонимус // «Волга», 2012).

Общая оценка деловых людей характеризуется амбивалентностью: *О драме российской приватизации, резко поделившей нас на богатых и бедных, нельзя говорить без горечи и возмущения. Но нельзя всех деловых людей, даже «акул крупного капитала», равнять под одну гребенку.* (Николай Панченко. Недоверие разрушает страну и душу (2003) // «Российская газета», 04.07.2003).

Амбивалентное самовосприятие деловых людей описано в одном примере: *Действительно, первое поколение российских собственников, деловых людей, бизнесменов не обладает полноценным буржуазным этосом. На протяжении всех последних лет мне постоянно приходилось сталкиваться с этим человеческим типом: преуспевающий бизнесмен, считающий, что «на самом деле» надо жить не так. Что все то, чем он занимается, на чем делает деньги, – это и не вполне честно, и не вполне законно, и не вполне прилично.* (Народная демократия (2003) // «Неприкосновенный запас», 15.01.2003).

2. Ценностные доминанты. Деловому человеку важно время, которого ему не хватает: *Конечно, нужно, помнить о том, насколько ценно и ограничено время деловых людей.* (vk (27.10.2014)); *Я – деловой человек, мне время дорого.* (vk (23.03.2014)); *«Пропротен-100» способен сохранить*

деловому человеку самое необходимое – время, спасти утро или даже целый рабочий день (Похмелье?! Лучше не вспоминать // Труд-7, 04.11.2004).

Деловой человек стремится первым получать информацию и не любит шумиху: *Деловой человек нуждается в подвижных глазах – совсем как у хамелеона. Чтобы пялиться не только под ноги, но и заглядывать за горизонт, и желательно делать оба дела одновременно. (Сергей Дигол. Старость шакала // «Волга», 2012); Происходило это тихо, без не любимой деловыми людьми шумихи, в полном молчании набравшей в рот воды журналистской братии. (Николай Дежнев. Принцип неопределенности (2009)). Соответственно, ценностью обладают и устройства для работы с информацией, особенно престижные: В коробке обнаружился пятый айфон – давно не новинка, Женечка такой год как имел и нацелился, как только появится в продаже, на шестую модель. Но лишний девайс деловому человеку не мешает в любом случае. (О. А. Славникова. Прыжок в длину (2014-2016)).*

Таким образом, время выступает главной ценностью делового человека. К таковым можно отнести также информацию, конфиденциальность и репутацию. Косвенным указанием на ценность прибыли является отмеченное выше упоминание таких черт характера, как расчетливость и прагматизм. Однако отсутствие явных указаний на ценность прибыли при том, что извлечение прибыли и является главной задачей деятельности делового человека, на наш взгляд, является интересной чертой, позволяющей выразить предположение о том, что ЛКТ «российский деловой человек» является своего рода идеализированным образом, модельной личностью. Несмотря на получаемую в корпусе амбивалентную оценку, этот образ ассоциируется с богатством, авторитетом и заботой о репутации.

2.3.2 Ценностная составляющая субтипажа «предприниматель»

1. Оценка. Чаще всего представителям данного субтипажа приписываются отрицательные оценочные характеристики. Они включают в себя эгоизм, корыстолюбие и беспринципность: *У этих так называемых бизнесменов законы волчьи. Все норовят друг друга вытеснить, обмануть, облапошить* (Гоар Маркосян-Каспер. Кариатиды // «Звезда», 2003); *Какой же коммерсант откажется поживиться за счет клиентов?* (Ксения Карпунина. Выпускной бал за 300 у.е (2002) // «Вечерняя Москва», 07.02.2002); *Вы ищете виноватых в низкой зарплате сограждан? Очень многие считают, что это прежде всего – предприниматели, которые, как известно, «все спекулянты и воры».* (Ирина Прусс, Евгений Ясин. Из порочного круга // «Знание-сила», 2013); *Бизнесмен зачастую воспринимается в народе негативно – это тот, кто «наживается на простых людях».* (Михаил Попов. Медленно, но верно (2004) // «Бизнес-журнал», 16.03.2004); *Что у меня общего с ворами-предпринимателями и ворами-чиновниками?* (С. Н. Есин. Дневник (2008)).

Фигура представителя типажа зачастую ассоциируется с криминалом: *В последние годы он работал на строительстве или ремонте дорогих дач и коттеджей у тех, кого называют буржуями или, там, бизнесменами, а иногда и просто жуликами.* (Аркадий Мацанов. Бабник // «Ковчег», 2012); *У коммерсантов, тогда ещё неотличимых от бандитов, появилась новая мода – взрывать недругов прямо в автомобилях* (В. О. Авченко. Правый руль (2009)). Его деятельность иногда оценивается как деструктивная: *Почему предприниматели решили травить людей дешевой водкой?* (С. Н. Есин. Дневник (2006)); *Этот бывший деревянный флигель пережил разрушительный пожар 1812 года, но не смог спастись от жадных до наживы коммерсантов.* (Д. П. Дроздов. Большая Ордынка. Прогулка по Замоскворечью от Москворецкого моста до Серпуховской площади (2017)).

Вместе с тем встречаются и упоминания о престижности типажа: *Она стала тосковать по былым временам, когда дети хотели стать космонавтами и летчиками, а не бизнесменами и содержанками.* (А. Б. Сальников. Петровы в grippe и вокруг него // «Волга», 2016); *Недаром самыми престижными профессиями среди молодых людей стали коммерсант и юрист, а среди девушек – модель и экономист.* (Олег Головин. Коллективный Маугли // «Завтра», 2003.08.13); *Я хочу стать бизнесменом и поступаю в Международный институт экономики и финансов (МИЭФ), где преподавание идет на английском.* (За балом – балл // «Огонек», 2015).

Как и в случае с деловыми людьми в целом, признается их важная роль в обществе: *Известные блогеры, предприниматели, журналисты, они ходят по улицам приволжского города и не дают этому городу заснуть, не дают ему деградировать, пытаются помешать превратиться сотням тысяч жителей его в серых, послушных мышей, незаметных и трусливых.* (А. Н. Котюсов. Точка деградации. Вадим Демидов. Яднаш // «Волга», 2016); *Предприниматели содержат свои семьи, способствуют развитию образования и здравоохранения, и, самое главное, – решают огромную для России проблему безработицы.* (Михаил Попов. За тридцать нулей (2004) // «Бизнес-журнал», 16.03.2004); *Мы с радостью признаем и ту огромную роль, которую сыграли наши деловые партнеры в России. Как правило, это умные, надежные, компетентные, и чрезвычайно активные коммерсанты.* (Ирина Владимирова. Три дня с Далл'Аньезе (2003) // «Мебельный бизнес», 15.06.2003); *Я говорю не об олигархах, а о бизнесменах среднего и малого масштаба. Это и есть в чистом виде наша элита: люди умные, деловые, с хваткой, с опытом, с образованием, с ответственностью.* (Петр Скоробогатый, Валерий Федоров. Украина на российских кухнях // «Эксперт», 2014).

Примеры самовосприятия представителя типажа редки: *Одним словом, Алексей был предприниматель, человек состоявшийся и современный. Так он любил про себя думать, когда по телевизору видел людей с «большой земли».*

(Виктор Ремизов. Воля вольная // «Новый мир», 2013); *Знаешь ведь, не бандит Курдыгов. Я честный предприниматель. В авизо не участвовал. А как думаешь, мог? То-то. Мое имя – по всей стране имя.* (Семен Данилюк. Рублевая зона (2004)); *Все хотят думать про себя, что я – Индра. Что я – телезвезда. Бизнесмен. Супермодель. Или просто – хороший человек. Или великий гангстер. Или невеликий.* (Герман Садулаев. Джо, Неуловимый // «Октябрь», 2013).

2. Ценностные доминанты. Главная ценность представителя типажа – это прибыль: *Ибо интересы бизнесмена и простого человека несовместимы. Первого волнует лишь прибыль, лучшие – сверхприбыль, а остальным приходится выживать в джунглях так называемой рыночной экономики* (С ног на голову (2004) // «Правда», 29.10.2004); *Конвертировавшие душу в твердую валюту коммерсанты* (Владимир Спектр. Face Control (2002)); *Предпринимателю важно знать, когда он получит отдачу. Если наш бизнес привык «отбивать деньги» в считанные месяцы, то никакие нанотехнологические проекты не нужны.* (Александр Волков. Год нанотеха пробил // «Знание - сила», 2008).

Другая ценность представителя типажа – это его время: *А всякий искушенный бизнесмен скажет вам, что глупо тратить драгоценное время для создания товара, за который мало платят* (Андрей Рубанов. Сажайте, и вырастет (2005)); *Коммерсанту время дорого* (Андрей Измайлов. Трюкач (2001)).

Прочие характеристики отмечаются только у части существительных-номинаторов данного субтипажа. Так, можно отметить, что с престижем и элитарностью ассоциируются бизнесмен и коммерсант, но не предприниматель. Богатство бизнесменов расценивается как несправедливо нажитое. Наиболее же нейтральный образ отражает существительное *предприниматель*.

Таблица 5. Сводная таблица ценностных характеристик субтипажа «российский предприниматель» в зависимости от номинации

	Бизнесмен	Предприниматель	Коммерсант
Оценка	Амбивалентная	Амбивалентная	Амбивалентная
Ценности	Прибыль, время	Прибыль (недостаточно примеров)	Прибыль, время

2.3.3 Ценностная составляющая субтипажа «топ-менеджер»

1. Оценка. Должность топ-менеджера считается престижной: *Хочу стать русским Стивом Джобсом – основать свою техническую компанию или быть хотя бы топ-менеджером* (За балом – балл // «Огонек», 2015); *Он или она полагают своё нынешнее положение временным, неестественным: пока я студент (студентка) и подрабатываю в ресторане, но вот закончу институт и сразу стану топ-менеджером или богатым бизнесменом, дайте только время, в крайнем случае, выйду замуж за олигарха.* (Герман Садулаев. Таблетка (2008)); *На этом довольно молодом (семилетка!) факультете занимаются 560 студентов. Он слывет престижным, даже модным среди столичной молодежи, и не в последнюю очередь потому, что профессия топ-менеджера, которую получают выпускники, сегодня востребована.* (Анна Семенова. Власть, дай порулить // «Вечерняя Москва», 2002.04.11).

Однако при этом топ-менеджеры часто изображаются эгоистичными, лицемерными, думающими лишь о собственной выгоде: *Во-первых, видение зачастую отражает лишь эгоистические стремления топ-менеджеров, их личные пристрастия, соображения власти и престижа* (Формирование общего видения будущего в организации (2004) // «Управление персоналом», 15.11.2004); *Самый сильный сегмент российского рынка – естественные монополии, они являются, по сути, госведомствами, которые занимаются исключительно накоплением капитала, зачастую в интересах собственного*

топ-менеджмента и аффилированных с ним чиновников, нисколько не заботясь о конкуренции, расширении ассортимента и повышении качества услуг (Марина Борисова. Осторожно, двери закрываются! (2003) // «Независимая газета», 27.05.2003); Источник «РР» в Минобороны высказался по этому поводу жестко: – Напротив проходной «МиГа» есть элитный ресторан «Паризьен». И там высший менеджмент «МиГа» любит кушать – обедать, ужинать. Они даже называют его, любя, «наша столовка». Но только они там оставляют, условно говоря, за обед и за ужин месячную зарплату рабочего. И после этого они говорят, что у них нет денег. (Андрей Веселов, Виктор Дятликович. Гособоронскандал // «Русский репортер», № 37 (215), 22 сентября 2011).

Также топ-менеджеры занимаются грязными делами, сомнительными с моральной и юридической точки зрения: В этом, очевидно, немаловажную роль сыграли новые хозяева и новое поколение топ-менеджеров, вставших у руля частных СМИ и книжного производства. Не связанные привычными для государственников идейными и нравственными установками, они действовали в рыночной ситуации более свободно, не страдая от угрызений совести, когда надо было ‘кинуть’ партнера, ‘утопить’ соперника или переступить закон (Почему мавр уходит (2002) // «Витрина читающей России», 13.09.2002); Но вы – высший менеджер. Не одно поглощение оформили. Дело-то грязное, в общем, делаем – у людей ихнее отнимаем (Семен Данилюк. Рублевая зона (2004)).

Иногда топ-менеджерам приписывается некомпетентность: Иногда программист знает о реальном положении компании больше, чем топ-менеджер (Не накапливайте раздражения (2003) // «Промышленное обозрение», 23.09.2003); На взгляд Алексея, он представлял какой-то давно невиданный тип нефтяника: не топ-менеджера — недоучки, примелькавшегося в телевизионном экране, а старого русского инженера, воспетого Солженицыным. (А. А. Уткин. Дорога в снегопад (2008-2010)); А вот у современных топ-менеджеров с теорией не очень. То есть самих

теорий полно и постоянно появляются новые, новейшие и суперновые. Проблема с их осуществлением: просто было на бумаге, да забыли про овраги. (Клариса Пульсон. Книги (2003) // «Карьера», 01.11.2003); В целом, выводы комиссии определили факторы, которые привели к такому положению дел на заводе: ослабление роли государства как собственника, неисполнение им своих обязательств; неэффективное управление предприятием со стороны высшего менеджмента; ошибки, сделанные руководством при выборе модели и проведении реструктуризации производства. (Иван Штольц. Тик-так (2002) // «Дело» (Самара), 01.08.2002).

Ставится под сомнение и справедливость высоких доходов топ-менеджеров: *Тем не менее не лишним будет задаться вопросом, насколько справедливо в принципе формируется размер вознаграждения топ-менеджеров в России и в остальном мире (Д. Яковенко. Известный банкир и сельский врач // «Эксперт», 2016); Столько труд наших 'топ-менеджеров' явно не стоит – эти суммы, тем более применительно к предприятиям с госучастием, определены отнюдь не свободным рынком труда менеджеров высшей квалификации (Юрий Болдырев. «Дегтя пока больше, чем меда» (один из первых «демократов» отвечает на вопросы «Завтра») (2003) // «Завтра», 15.04.2003).*

Примеры самовосприятия российских топ-менеджеров в исследованных материалах корпуса не встречаются.

2. Ценностные доминанты. Ценности топ-менеджера связаны с его эгоизмом, нарциссизмом и высокими доходами: *Не акционеры, озабоченные только дивидендами, не флагманы бизнеса, стоящие над схваткой, как Кутузов и Наполеон у Бородина, подчиняющиеся ходу истории и не имеющие реального выбора, не топ-менеджеры, выковыривающие свои бонусы из каждой сделки и любующиеся собой в зеркалах фитнес-залов, и уж точно не рабочие в цехах, которым вообще на всё насрать, – офисный служащий: менеджер по продажам, закупкам, логистике, экспорту, импорту, маркетингу, рекрутингу и ещё чёрт знает чему – вот кто вершит судьбы*

мира, олицетворяет целесообразность и претворяет в жизнь все законы экономики. (Герман Садулаев. Таблетка (2008)); Главная драма в том, что иные топ-менеджеры, проникшие с чьего-то разрешения на ряд ключевых предприятий российской оборонки, вовсе не озабочены укреплением оборонного могущества государства. Их интересует только быстрая прибыль, и ничего, кроме прибыли. (С. Птичкин. Оборонный заказ (2003) // «Российская газета», 15.05.2003); Перед нами в студии, в прямом эфире была смоделирована ситуация, после которой начинаются эксцессы с мордобитием и прочими радостями экстремизма. А мы еще спрашиваем: кто виноват? Самое грустное, что топ-менеджеры НТВ остались довольны. Видимо, рейтинг передачи подскочил. (Юлий Молибога. Махание кулаками до и после драки. Скандал недели (2002) // «Известия», 21.06.2002).

Помимо личного дохода, ценностью топ-менеджера является время, которого ему хронически не хватает: *А для тех, кто уже совсем хорошо владеет профессией, существуют эксклюзивные и очень дорогие курсы для топ-менеджеров. Жизнь таких людей обычно расписана по минутам на целый год вперед, из самолета они перескакивают в самолет, их ждут премьер-министры и олигархи, и, как вы понимаете, времени прохлаждаться у них нет. (Елизавета Зайцева. В погоне за беглым языком (2002) // «Домовой», 04.05.2002).* Это роднит его и с фигурой делового человека в целом, и с предпринимателем.

Выводы по главе

Словосочетание *деловой человек* обретает значение «предприниматель» в XIX в., начиная включать в себя значение «топ-менеджер» в 1990-х гг., когда наемные менеджеры коммерческих предприятий появляются на российском рынке труда и само словосочетание *топ-менеджер* прочно входит в русский язык.

Номинативное поле субтипажа «российский предприниматель» формируется в первую очередь лексемами *предприниматель*, *бизнесмен* и *коммерсант*. Прочие лексемы из синонимического ряда малоупотребимы, стилистически окрашены или имеют более узкое значение.

Номинативное поле субтипажа «российский топ-менеджер» формируется следующими элементами: это собственно *топ-менеджер*, собирательное *топ-менеджмент*, а также словосочетания, образованные по моделям *высший X* и *X высшего Y*, где *X* указывает на существительные *менеджер*, *руководитель* и *управленец*, а *Y* – на существительные *звено*, *ранг* и *уровень*.

Можно выделить следующие различия между двумя субтипажами, связанными с их лексическим представлением: 1) номинативное поле субтипажа «российский предприниматель» представлено более чем десятью существительными-синонимами; номинативное поле субтипажа «топ-менеджер» – главным образом словосочетаниями; 2) у субтипажа «российский предприниматель» существует два высокочастотных номинатора-синонима – *бизнесмен* и *коммерсант*; у субтипажа «топ-менеджер» лексема *топ-менеджер* является главным номинатором, существенно опережающим прочие по частоте; 3) в номинативном поле субтипажа «российский предприниматель» присутствуют стилистически маркированные синонимы – *буржуй*, *делец*, *бизнюк*; в номинативном поле типажа «российский топ-менеджер» присутствуют только стилистически нейтральные лексемы и словосочетания.

Анализ перцептивно-образной составляющей ЛКТ «российский деловой человек» выявил следующее. Черты, объединяющие типаж и его субтипажи «предприниматель» и «топ-менеджер», относятся и к частной, и к публичной жизни. Это обыденность семейного статуса «женат»/«замужем», проживание в квартире или в доме, возможное участие в благотворительной и политической деятельности.

Супертипаж «российский деловой человек» схож с субтипажом «российский предприниматель» в том, что прошлое представителя типажа может включать в себя занятие преступной деятельностью, а также в наличии специфических речевых и поведенческих особенностей и черт мышления.

Супертипаж «российский деловой человек» роднят с субтипажом «российский топ-менеджер» две черты: это костюм как типичная одежда представителей типажа и наличие у этих представителей высоких доходов или богатства.

К общим чертам двух субтипажей «российский топ-менеджер» и «российский предприниматель» относятся только те перечисленные выше черты, которые они разделяют с супертипажом «российский деловой человек».

Паспортные характеристики супертипажа «российский деловой человек» и его субтипажей «российский предприниматель» и «российский топ-менеджер» кратко отражены в таблице 6.

Таблица 6. Сводная таблица паспортных характеристик супертипажа «российский деловой человек» и его субтипажей «российский предприниматель» и «российский топ-менеджер»

	Деловой человек	Предприниматель	Топ-менеджер
Внешний образ	Костюм, мобильные устройства для коммуникации	У бизнесмена –костюм; вероятны полнота, облысение и холеность; у предпринимателя или коммерсанта – разнообразный	Костюм

Возраст	Разнообразный (недостаточно информации)	Преимущественно молодой или зрелый	Средний
Гендерный признак	Мужчина	Преимущественно мужчина	Чаще мужчина, чем женщина
Происхождение	Возможно криминальное прошлое	Возможно криминальное прошлое; мог работать или служить	Разнообразное образование
Место жительства	Загородный дом и/или квартира	Загородный дом и/или квартира	Загородный дом и/или квартира
Сфера деятельности	Расплывчато очерчена; работа с людьми и информацией; частые путешествия с мобильными устройствами	Разнообразная; возможны занятия политикой и благотворительностью	Планирование, разработка стратегий, проведение переговоров, руководство сотрудниками; возможны занятия политикой
Досуг	Редкий отдых	Редкий отдых; спорт, хобби	Нестандартный отдых
Семейное положение	Может иметь семью	Может иметь семью	Может иметь семью
Окружение	Другие деловые люди	Партнеры по бизнесу, водитель, охрана	Другие топ-менеджеры на работе

Речевые особенности	Присутствуют	Присутствуют	Не отмечены
Характеристики мышления и поведения	Ловкость, инициативность, любопытство, расчетливость, пунктуальность, стремление планировать	Настойчивость и упорство, готовность к риску и энергичность, суеверность, практичность, умение считать деньги, инициативность, изворотливость	Прагматизм
Собственность и финансовое положение	Высокие доходы, в собственности – автомобиль	Высокие доходы; в собственности – автомобиль, недвижимость	Высокие доходы

У всех проанализированных типажей большинство представленных в примерах упоминаний паспортных характеристик относятся к деятельности (включая политику и благотворительность) представителей типажей (от 31% до 41%). Также важны в количественном отношении упоминания собственности и финансового положения (от 11% до 27%) и характеристик мышления и поведения (от 7% до 16%).

Для типажа делового человека специфична высокая частота упоминаний его внешнего образа (21%), а для типажа предпринимателя – высокая частота упоминаний его семейному положению (включая примеры с упоминанием детей) (11%).

Также может быть отмечена специфика, связанная с употреблением специфических лексем для номинации субтипажа «российский предприниматель». Специфика употребления лексемы *бизнесмен* состоит в том, что: 1) типичный внешний вид бизнесмена подразумевает костюм, как у

делового человека и топ-менеджера; 2) бизнесмены могут заниматься оппозиционной политической деятельностью; 3) бизнесмен может увлекаться спортом.

Специфика употребления лексемы *предприниматель* состоит в том, что: 1) существительное *предприниматель*, в отличие от *бизнесмен* и *коммерсант*, может обозначать лицо женского пола; 2) в повседневной жизни предпринимателя не сопровождают водители и охранники; 3) предприниматели могут быть небогатыми.

Специфика употребления лексемы *коммерсант* состоит в том, что: 1) деловая деятельность коммерсантов концентрируется в сфере продаж; 2) коммерсант проводит свой отдых в кафе, клубах и ресторанах; 3) к собственности коммерсанта относится в первую очередь автомобиль.

Наконец, исследование ценностной составляющей ЛКТ «российский деловой человек» приводит к следующим выводам.

Главными ценностями супертипажа «российский деловой человек» являются время, информация, конфиденциальность, репутация и – косвенно – прибыль. Деловой человек должен следить за своим стилем и не отставать от моды. При этом ему приписываются такие отрицательные качества, как эгоизм, равнодушие и нечестность.

В аксиологическом отношении субтипаж «российский предприниматель» отличается от супертипажа делового человека в первую очередь тем, что для предпринимателя на первый план выходит прибыль, что связано с непомерным корыстолюбием. Богатство представителя типажа оценивается как несправедливо нажитое. Супертипаж «делового человек» можно рассматривать как идеализированный тип предпринимателя с высокими доходами, для которого репутация важнее прибыли.

Субтипаж «российский топ-менеджер» в ценностном отношении схож с субтипажом «российский предприниматель», однако характерная для последнего озабоченность прибылью приписывается ему в несколько меньшей степени – вероятно, из-за того, что он не является собственником

бизнеса. При этом ему может приписываться лицемерие и некомпетентность: это специфическая отрицательная характеристика данного типажа. Высокие доходы топ-менеджера расцениваются как незаслуженные. Тем не менее, несмотря на эти отрицательные качества, оба субтипажа обладают престижем в обществе.

Ценностные характеристики супертипажа «российский деловой человек» и его субтипажей «российский предприниматель» и «российский топ-менеджер» кратко отражены в таблице 7.

Таблица 7. Сводная таблица ценностных характеристик супертипажа «российский деловой человек» и его субтипажей «российский предприниматель» и «российский топ-менеджер»

	Деловой человек	Предприниматель	Топ-менеджер
Оценка	Амбивалентная	Амбивалентная	Амбивалентная
Ценности	Время, информация, конфиденциальность, репутация, прибыль	Доходы, время	Доходы, Время

ГЛАВА ТРЕТЬЯ

ЛИНГВОКУЛЬТУРНЫЙ ТИПАЖ «ДЕЛОВОЙ ЧЕЛОВЕК» В АМЕРИКАНСКОЙ ЛИНГВОКУЛЬТУРЕ

3.1 Понятийная составляющая

3.1.1 Понятийная составляющая супертипажа «американский деловой человек»

Ранее в разделе 2.1 были определены главные элементы лексико-семантических полей, вербализующие ЛКТ «деловой человек» и его субтипажи «предприниматель» и «топ-менеджер» в русском языке. В список главных лексических репрезентантов входят лексемы и словосочетания *деловой человек, бизнесмен, предприниматель, коммерсант и топ-менеджер*.

Для установления соответствующих элементов лексико-семантических полей в английском языке рассмотрим эквиваленты этого списка в русско-английских словарях. Словосочетание *деловой человек* представлено лишь в части словарей и получает единственный эквивалент *business man* [БРАС, с. 146; СРАС, с. 142] – только в раздельном написании.

Также отметим, что среди переводческих эквивалентов русского словосочетания *деловой человек*, выявленных в корпусе параллельных переводов НКРЯ, встречается словосочетание *a man of business*, а в форме мн. ч. – *business people* [Ильинова, 2024; 2024в].

Отсюда главным лексическим эквивалентом словосочетания *деловой человек* в английском языке предстает существительное *businessman* – как в слитном (как будет показано ниже, это единственный вариант, представленный в толковых словарях), так и в раздельном написании. Его внутренняя форма очевидна: это наименование лица (на что указывает агентивный суффиксоид *-man*), связанного с деятельностью, описываемой

существительным *business* [Ильинова, 2020a]. По данной схеме в английском языке образовано множество существительных (*sportsman, barman, kinsman, churchman* и т. п.), большинство из которых указывают на человека – это наиболее древнее, исконное значение суффикса [Бартков, Яроцкая, 2016].

В свою очередь английское существительное *business* является производным, образованным при помощи исконно английского суффикса *-ness*, выражающего значение свойства, качества [Бартков, Дыбовская, 2001], от прилагательного *busy* с неясным происхождением [CEDEL, v. 1, p. 213]. Согласно этимологическому интернет-словарю английского языка, исходная древнеанглийская форма выглядела как *bisignes* (нортумбрийский диалект) и имела значение “care, anxiety, occupation”, происходя от прилагательного *bisig* со значением “careful, anxious, busy, occupied, diligent”. В среднеанглийском существительное приобрело облик *busyness*, незначительно изменив свое значение – “state of being much occupied or engaged” (середина XIV в.). Современное произношение фиксируется с XVII в., а значение «профессиональное занятие торговлей» (“trade, commercial engagements, mercantile pursuits collectively”) засвидетельствовано с 1727 г.¹ В свою очередь существительное *businessman* (также пишущееся и через дефис) в значении “man engaged in business” отмечается с 1826 г., а словосочетание *man of business* – с 1660-х гг.² В первом издании известного словаря Уэбстера (1828 г.) словарная статья *businessman* (равно как и *business-man* или *business man*) еще отсутствует.

В современных толковых словарях английского языка присутствует только слитное написание *businessman*. Словарные определения указывают не только на предпринимателя как владельца бизнеса, но и на наемного работника (в первую очередь – высокого ранга), занятого в коммерческой сфере: a man engaged in business [AHDEL, 2016, p. 252]; a person who works in commerce, especially at executive level [COED, 2003, p. 139]; someone who

¹ <https://www.etymonline.com/word/business>

² <https://www.etymonline.com/word/businessman>

works at a fairly high level in a company, or who owns a business [LDAE, 2009, p. 129]. В одном случае дополнительно выделяется и второе значение, аналогичное значению русского словосочетания *деловой человек* как «человек дела, практичный человек»: 1) a man who works in business especially in a high position; 2) a man who is good at dealing with business and financial matters [MWALD, 2008, p. 219]. Основное значение лексемы оказывается достаточно близким (хотя и не тождественным) определению, положенному нами в основу выделения русского ЛКТ «деловой человек».

Таким образом, эквивалентами русского *деловой человек* оказываются *business man / businessman* и *man of business*, а в форме мн. ч. – *business people*. К ним следует добавить гендерно нейтральный, политкорректный вариант [Атнякина, Ланцова, 2020] лексемы *businessman – businessperson*. Таким образом определяются главные элементы лексико-семантического поля, вербализующего ЛКТ «деловой человек» в английском языке. Далее в работе термин «американский деловой человек» как название ЛКТ используется как эквивалент термина “American businessman” [Ильинова, 2025]. То же касается и рассмотренных ниже субтипажей «американский предприниматель» (“American entrepreneur”) и «американский топ-менеджер» (“American top executive”).

В работе исследуется употребление выделенных лексем и словосочетаний на базе корпуса современного американского английского (Corpus of Contemporary American English, COCA)³. К его достоинствам относится комплексный характер: в число источников входят устная речь, художественная литература, популярные журналы, газеты, научные тексты, субтитры кинофильмов и телепередач, материалы блогов и других интернет-страниц. Для обеспечения актуального характера языкового материала будем рассматривать только примеры из текстов, созданных не ранее 2000 года. Как и в случае с анализом НКРЯ, ограничим максимальное количество примеров для каждой лексемы цифрой 2000.

³ <https://www.english-corpora.org/coca/>

Супертипаж «американский деловой человек» представлен в корпусе 4427 примерами употребления соответствующих сложных существительных, из которых релевантными оказываются 3287 (74%). С целью частотного анализа различных вариантов написания лексем, входящих в лексико-семантическое поле, при исследовании примеров из корпуса варианты написания *businessman / business man*, *businessperson / business person* и *businesspeople / business people* рассматривались отдельно. Из всех элементов номинативного поля только лексема *businessman* оказалась относительно высокочастотной, будучи представленной более чем 2000 примерами. Наименее употребимым (лишь 39 примеров) оказалось словосочетание *man of business*.

Таблица 8. Лексемы и словосочетания, номинирующие супертипаж «американский деловой человек» в СОСА, отсортированные по общему количеству исследованных примеров (с учетом раздельного и слитного написания).

Лексема или словосочетание	Общее количество	Из них релевантные	Из них релевантные, %
<i>businessman</i>	2000	1316	66
<i>business people</i>	938	796	85
<i>businesspeople</i>	530	406	77
<i>business man</i>	450	365	82
<i>business person</i>	285	245	85
<i>businessperson</i>	185	145	78
<i>man of business</i>	39	14	36
Всего	4427	3287	74

Анализ частот данных существительных и словосочетаний, приведенных в таблице 8, позволяет увидеть следующее:

- слитное написание *businessman* встречается гораздо чаще, чем раздельное;
- слитное написание *businesspeople* встречается примерно в два раза реже, чем раздельное;
- слитное написание *businessperson* встречается примерно в полтора раза реже, чем раздельное.

Если пренебречь различными вариантами написания, то таблица 8 приобретает вид, представленный в таблице 9. Из нее очевидно, что лексема *businessman* употребляется несколько чаще, чем формы ед. ч. *businessperson* и мн. ч. *businesspeople*, вместе взятые. При этом лексема *businesspeople* как форма мн. ч. употребляется намного чаще, чем форма ед. ч. *businessperson*, даже с учетом другой формы мн. ч. *businesspersons*, относительно редкой.

Таблица 9. Лексемы и словосочетания, номинирующие супертипаж «американский деловой человек» в СОСА, отсортированные по общему количеству исследованных примеров (без учета раздельного и слитного написания).

Лексема или словосочетание	Общее кол-во	Из них релевантные	Из них релевантные, %
<i>businessman</i> + <i>business man</i>	2450	1681	68
<i>business people</i> + <i>businesspeople</i>	1468	1202	82
<i>business person</i> + <i>businessperson</i>	470	390	83
<i>man of business</i>	39	14	36
Всего	4427	3287	74

Следует отметить, что зачастую контекст абзаца, представленный в корпусе, не дает возможности в точности определить, в каком из значений («предприниматель» или «(высокопоставленный) наемный менеджер») употребляется конкретное словосочетание из списка. Контекстным маркером значения «предприниматель» часто служат прилагательные *small*, *big*, *successful*, *shrewd*, *rich*, а также указания на известного референта-предпринимателя (в корпусе в качестве таковых чаще всего выступают президенты или кандидаты в президенты США).

3.1.2 Понятийная составляющая субтипажа «американский предприниматель»

Рассмотрим лексическое представление субтипажа «американский предприниматель». Главным переводческим эквивалентом русского существительного *предприниматель* среди множества выявленных в корпусе параллельных переводов НКРЯ является существительное *entrepreneur* [Ильинова, 2024]. Оно происходит от французского глагола *entreprendre* со значением «предпринимать» [CEDEL, v. 1, p. 327] или собственно французского существительного *entrepreneur* (сохраняя, таким образом, его графический облик). Существительное известно с XV в., но значение лица, управляющего своим делом, оно получило лишь в XIX в.⁴

В толковых словарях современного английского языка оно определяется следующим образом: *someone who starts a company, arranges business deals, and takes risks in order to make a profit* [LDAE, p. 336]; *a person who sets up a business or businesses* [COED, p. 365]; *a person who starts a business and is willing to risk loss in order to make money* [MWALED, p. 555]; *A person who organizes, operates, and assumes the risk for a business venture* [ANDEL, p. 596]. В данных словарных определениях можно выделить следующие ключевые моменты: предприниматель начинает свое дело

⁴ <https://www.etymonline.com/search?q=entrepreneur>

самостоятельно; он несет за него полную ответственность; его дело нацелено на получение прибыли.

Существительное *entrepreneur* стало основой нескольких английских неологизмов: *dadpreneur* – «человек, который создает бизнес, связанный с отцовством»; *headtrepreneur* – «директор школы, который ищет и развивает возможности для сбора денег, чтобы обеспечить финансирование своей школы», *wantpreneur* – «человек, который думает стать предпринимателем и открыть свой бизнес, но никогда не начинает», и т. п. [Катермина, Микитанова, 2021].

В русско-английских словарях у русской лексемы *предприниматель* выделяется три переводческих эквивалента: это рассмотренный выше *businessman* [СПАРРАС, с. 695; СРАС, с. 497], *owner* (of a firm, of a business) и *employer* [БРАС, с. 476]. Следует отметить, что лексема *owner* акцентирует лишь одну из черт предпринимателя – обладание собственным предприятием (аналогично рус. *владелец* или *хозяин*), а лексема *employer* – факультативную черту наличия у предпринимателя наемных работников. Учитывая упомянутые выше результаты исследования корпуса параллельных переводов НКРЯ, в качестве главного эквивалента русского *предприниматель* далее в работе представляется логичным рассматривать лексему *entrepreneur*. Стоит также считать оправданным включение *entrepreneur* в русско-английские словари в качестве переводного эквивалента русского существительного *предприниматель*, которое на данный момент в них отсутствует.

Что касается других составляющих списка выделенных выше русских лексем, то лексема *бизнесмен* имеет лишь один рассмотренный выше английский эквивалент *businessman* [БРАС, с. 48; СПАРРАС, с. 529; СРАС, с. 41]. У лексемы *коммерсант* в словарях выделяется два эквивалента: это *business man* и *merchant* [БРАС, с. 247; СПАРРАС, с. 607; СРАС, с. 251].

Определения существительного *merchant* в толковых словарях современного английского языка указывают в первую очередь на торговца,

владельца или менеджера магазина, но не на предпринимателя вообще: someone who buys and sells large quantities of goods [LDAE, p. 634]; 1. One whose occupation is the wholesale purchase and retail sale of goods for profit. 2. One who runs a retail business; a shopkeeper. [AHDEL, p. 1101]; 1 *somewhat old-fashioned* : someone who buys and sells goods especially in large amounts. 2 *chiefly US or Scotland* : the owner or manager of a store. 3 *informal*: someone who is known for a particular quality, activity, etc. [MWALD, p. 1021]; 1 a wholesale trader. 2 *Amer. & Scottish* a retail trader. 3 *informal, chiefly derogatory* a person fond of a particular activity [COED, p. 705]. Присутствие лексемы *merchant* в русско-английских словарях в качестве эквивалента лексемы *коммерсант* может быть объяснено ориентацией на узкое и, видимо, постепенно устаревающее значение русской лексемы *коммерсант* как торговца (см. раздел 2.1).

Субтипаж «американский предприниматель» оказывается представлен в корпусе более чем 2000 примерами употребления существительного *entrepreneur*, и из случайно отобранных 2000 примеров релевантными оказываются 1643 (82%).

3.1.3 Понятийная составляющая субтипажа «американский топ-менеджер»

При рассмотрении субтипажа «американский топ-менеджер» ситуация с переводными эквивалентами оказывается несколько сложнее. Русский неологизм *топ-менеджер* является очевидной калькой английского *top manager*. Это русское существительное отсутствует в исследованных русско-английских словарях, а английское сложное существительное – в толковых словарях английского языка.

При подборе переводных эквивалентов опираться на печатные русско-английские словари оказывается невозможным: очевидно, неологизм *топ-менеджер* еще не успел в них войти. В онлайн-словаре «Мультитран»

английскими переводными эквивалентами русского *топ-менеджер* выступают существительные или словосочетания *executive; senior leader; Executive Leader; top-level manager, top manager*. Форма мн. ч. *топ-менеджеры* получает эквивалент *C-suite* с пояснением «должности, в названии которых, как правило, есть слово Chief (отсюда *C-suite*), напр., CFO»⁵.

При анализе параллельного корпуса из НКРЯ обнаруживается, что существительное *топ-менеджер* присутствует только в 12 текстах в 34 вхождениях. Лидером среди английских эквивалентов оказывается субстантивированное прилагательное *executive* (7 вхождений), далее следует *senior executive* (4 вхождения), аббревиатура *CEO* (3 вхождения), сложные существительные *top executive* и *top manager* (по 2 вхождения), *business executive* и *exec* (по 1 вхождению).

Исследование профессиональной литературы [Finkelstein, Hambrick, Cannella, 2009; Bournois, Duval-Hamel, Roussillon, Scaringella, 2010; Kaiser, Pilch, Schecter, 2015] позволяет утверждать, что в качестве синонимов сложного существительного *top manager* используются главным образом *top executive* и *senior executive*, и в некоторых случаях *senior manager* (название этой должности иногда указывает на менеджера уровнем ниже, чем *top manager*). С. Ю. Роцин и С. А. Солнцев указывают, что в зарубежной литературе в целом сформировалось понятие топ-менеджера, и руководителей высшего уровня в американском справочнике по занятости называют *top executives* [Роцин, Солнцев, 2006, с. 13].

Учитывая вышесказанное, можно полагать, что субтипажу «топ-менеджер» соответствует лексико-семантическое поле, чье ядро состоит из сложных существительных *top manager, top executive* и *senior executive*, а также собирательных сложных существительных *top management, senior management, upper management* и *C-suite*.

⁵ <https://www.multitran.com/m.exe?s=%D1%82%D0%BE%D0%BF-%D0%BC%D0%B5%D0%BD%D0%B5%D0%B4%D0%B6%D0%B5%D1%80&l1=1&l2=2>

Аббревиатуру *CEO* было решено не включать в данный список, так как она отражает более узкое понятие (*chief executive officer*), уже входящее в область значений существительного *C-suite*.

Субстантивированное прилагательное *executive* без определений *top* и *senior* было решено не включать в данный список из-за омонимии с соответствующим прилагательным и многозначности существительного (подробнее это решение объясняется ниже). У существительного *executive* в словарях выделяется от одного до четырех значений, среди которых присутствует и «топ-менеджер»: 1 *manager in an organization or company who helps make important decisions* [LDAE, p. 350]; 1 *a person who manages or directs other people in a company or organization* 2 *the executive : the executive branch of a government* [MWALED, p. 572]; 1 *a person with senior managerial responsibility responsibility in a business organization.* 2 *(the executive) the branch of government responsible for executive plans, actions or laws.* 3 *an executive comittee within in organization* [COED, p. 380]; 1. *A person or group having administrative or managerial authority in an organization.* 2. *The chief officer of a government, state, or political division.* 3. *The branch of government charged with putting into effect a country's laws and the administering of its functions.* 4. *Computers A set of coded instructions designed to process and control other coded instructions* [AHDEL, p. 620].

Как бы то ни было, большую часть элементов лексико-семантического поля образуют производные существительного *manager* и прилагательного *executive*.

Субтипаж «американский топ-менеджер» оказывается представлен в корпусе 3772 примерами употребления соответствующих сложных существительных, из которых оказываются релевантными 3038 (81%), как видно из таблицы 9.

Таблица 10. Лексемы и словосочетания, номинирующие субтипаж «американский топ-менеджер» в СОСА, отсортированные по общему количеству исследованных примеров.

Лексема или словосочетание	Общее количество	Из них релевантные	Из них релевантные, %
<i>top executive</i>	1008	824	82
<i>senior executive</i>	826	631	76
<i>senior management</i>	524	425	81
<i>senior manager</i>	433	344	79
<i>top management</i>	342	263	77
<i>upper management</i>	321	285	89
<i>top manager</i>	178	139	78
<i>C-suite</i>	140	125	89
ВСЕГО	3772	3038	81

В этой связи следует отметить, что сложное существительное *top manager*, источник русского *топ-менеджер*, оказывается в корпусе гораздо менее частотным по сравнению с *top executive* и *senior executive*. Тем не менее, именно оно было заимствовано в русский язык как название руководителя/менеджера высшего звена и в этом качестве опередило своих конкурентов в частотном отношении.

Здесь следует подробнее пояснить причины отказа от внесения собственно субстантивированного прилагательного *executive* в список анализируемых словосочетаний. Учитывая, что лексема *executive* является относительно высокочастотной в корпусе (*executive* – 74836 вхождений, *executives* – 21547 вхождений), представляется неизбежным, что при отборе первых 2000 результатов из корпуса большинство составят нерелевантные примеры – случаи употребления либо прилагательного, либо

существительного в одном из иных значений. Таким образом, решение не включать в число исследуемых элементов существительное *executive* обусловлено чисто техническими причинами; представляется, что выделенных выше существительных из списка будет достаточно для репрезентативных результатов.

Таким образом, базой анализа являются 7968 релевантных примеров словоупотребления выделенных лексем и словосочетаний, отобранных из 10199 примеров корпуса. Далее в разделах 3.2 и 3.3 на базе отобранных релевантных примеров из корпуса исследуются перцептивно-образная и ценностная составляющие типажа «американский деловой человек» и его субтипажей.

3.2 Перцептивно-образная составляющая

3.2.1 Перцептивно-образная составляющая супертипажа «американский деловой человек»

Ниже представлен паспорт лингвокультурного типажа «американский деловой человек», построенный на основе анализа примеров употребления лексем и словосочетаний, номинирующих данный типаж.

1. Внешний образ. В целом деловой человек стремится выглядеть хорошо: *Most business people put extra time and money into how they dress in order to make a good impression, but the workspace gets less consideration.* (<http://all-notes.com/your-office-furniture-is-one-of-the-first-things-a-potential-client-will-notice/>, 2012); *I used to look at those business people all dressed up, goin' to the city.* (The Yards, 2000). Можно утверждать, что в корпусе присутствует стереотип о внешнем виде американского делового человека: *You now see that there are a group of men surrounding you. Some look like scientists, some look like business men.* (2012); *But for many musicians, Amanda Palmer looks and acts like a very typical corporate business person* (2012); *The*

man behind Roshelle -- a businessman by his dress -- had a bag of his own to check (MALKO, CONNIE DRAVING. No Returns. 2018).

Типичный деловой человек носит костюм: *Now, if you're a businessman who's going to be wearing a suit all of the time you'll need an inside the waistband holster that allows you to tuck in your shirt. (http://cheaperthandirt.com/blog/?p=31667, 2012); Never ever have I told you that I wish I'd married a man with a real job. You know, a career. A doctor or lawyer. A businessman -- a guy in a suit! (Eric Schlich. QUANTUM CONVENTION. 2018); Two hours and thirty-two minutes later, he answers the door again scrubbed and shaved and clad in one of the finely tailored suits appropriate to his businessman alter-ego (Castro, Adam-Troy. A Stab of the Knife. 2018); As I was growing up, these were the women I wanted to be: triumphant at the highest levels of commerce, assailing stereotypes of what a successful businessperson looked like, with smarts and vision and the will to outwork everyone in sight (Vanity Fair, 2018).*

Атрибуты делового человека – не только костюм, но и дипломат, визитка и рукопожатие: *Waves of people faced Skye as she dodged around hipsters readjusting their non-prescription glasses and business men swinging their heavy suitcases (2018); Shake my hand as a business person and go inside (2006); But I was certainly aware that Serious Businesspeople wore suits and shook hands and carried briefcases and exchanged business cards and were Very Formal All the Time (http://www.thegrindstone.com/2011/08/26/career-management/bullish-what-i-wish-i-had-known-when-i-was-18/, 2012).*

К прочим, встречающимся только один раз признакам внешнего вида относятся туфли, пальто, галстук: *Those nice new shoes so you look like Business Man at work? (2012); She could only see him from above; he wore a broad-brimmed black hat and a long, dark, businessman's coat (Christina Dodd. Because I'm watching. 2017), I can't tell you how many business men I've seen sporting and touting their \$50-200+ ties because the designs were made by disabled children and funds go to thier support (http://www.worldchanging.com/archives/003707.html, 2012).*

Еще один атрибут делового человека – электронное устройство, прежде всего смартфон: *Just a couple of years ago smartphones were for business people, now people in all walks of life have one.* (<http://www.androidcentral.com/has-apple-lost-it-their-latest-marketing-campaign>, 2012); *For the most part, these Personal Digital Assistants (PDA's) have been developed for use by business people.* (Boys Life, 2000); *Blackberrys were designed more for the business person and the iPhone was developed more for the personal entertainment and “show off” generation* (<http://crackberry.com/exclusive-first-live-pics-blackberry-thunder>, 2012); *If you do not know the Angry Birds game, get yourself down to the airport, sit next to any waiting business person with a tablet, and watch what they are doing: chances are they are playing Angry Birds.* (<http://mat.gsia.cmu.edu/blog/>, 2012); *As a result, businesspeople who want to project a PowerPoint presentation or a Word document will likely be tethered to a laptop that can run Office applications, using one of the P4-X's supported video outputs: VGA, composite video, or HDMI* (PC World, 2013).

2. Возраст. Возраст типичного американского делового человека можно в общем обозначить как «немолодой». В примерах встречаются цифры от 26 до 98 лет (среднее – 51 год). Также встречаются приблизительные обозначения 25–55, 50s и 70s. Прилагательные, описывающие возраст, встречаются редко: *young* (3 раза), *younger*, *middle-aged*, *older*, *old* (3 раза).

3. Гендерный признак. Деловой человек как *businessman* – это мужчина, при этом часто встречается выражение *business men and women*.

4. Происхождение. Происхождение делового человека упоминается довольно редко. До того, как стать деловым человеком, субъект мог служить в полиции, армии, профессионально заниматься спортом или работать аналитиком или простым рабочим: *Republican Charles Boustany, a surgeon elected in 2004, faced freshman Republican Jeff Landry, an attorney and businessman, former police officer and tea party favorite.* (<http://www.cnn.com/2012/11/07/politics/house-races/index.html>, 2012); *He*

served in the United States Army before becoming a successful business man at Analtech, Inc. (<http://www.salemnews.com/obituaries/x1095529342/Ronald-A-Dud-Knuuttila-74>, 2012); *Devean George, a Minneapolis native who played in the NBA for 11 seasons after playing at Augsburg University, talked of the rec center being both a hub and a haven for kids with busy parents. # George, 41, now a businessman, has returned to the community* (Minneapolis Star Tribune, 2019); *James Simpson is a freelance journalist, businessman and former White House budget analyst* (<http://www.aim.org/guest-column/the-most-important-press-conference-ever-held/>, 2012); *Tellin' ya, they should make a movie about this shit. It all started when I was a worker drone, like yourself. Not a business man like I am now, but we'll get to that.* (Gingerdead Man Vs. Evil Bong, 2013).

Иногда говорится о тяжелом детстве или бедности в прошлом успешного делового человека: *Many people don't know the story of how Herman Cain grew up in the Jim Crow south, only later going on to become a very successful business man.* (<http://www.amazon.com/This-Herman-Cain-Journey-White/dp/1442347600>, 2012); *I've heard of many successful businesspeople who worked their way out of poverty but none that have done so with welfare* (<http://econstories.tv/2010/06/22/fear-the-boom-and-bust/>, 2012).

Среди деловых людей встречаются и бывшие преступники, однако про это говорится в единичных примерах: *He raised one eyebrow. "Me? A grifter? Heavens, no. I'm a legitimate businessperson now. Just like you. Nice nightclub, by the way"* (Pratt, Tim. Spell games, 2009). В единичных случаях встречаются и упоминания об унаследованном бизнесе делового человека: *But he also leaned into a pointed rebuke of the president, questioning Mr. Trump's self-proclaimed expertise as a businessman and dealmaker. He noted that the president inherited the family business and struck deals that "left his customers and contractors holding the bag."* (New York Times, 2019); *Other billionaires in the family include Hyatt Corp. President Tom Pritzker, film producer Gigi Pritzker, hotelier John Pritzker, real estate developer Jennifer Pritzker and businessman Nicholas Pritzker II* (Chicago Sun-Times, 2017).

5. Место жительства и характер жилища. Дом делового человека упоминается в небольшом количестве примеров – коттедж, пригородный дом, квартиры и городской комплекс зданий: *Having started my own business, I have complained at length about the insanity of federal, state and local bureaucracy -- and its deleterious impact on the innovative small businessman. I currently live in the suburbs in a historically Red state* (<http://www.bookwormroom.com/2012/11/11/one-that-i-missed-and-would-like-to-share-with-you/>, 2012); *According to the Herald, Oddi lived in a complex nearby and lists himself on social media as a businessman and real estate investor.* (Business Insider, 2018); *Productivity systems are a booming cottage industry, and while the commercial ones are aimed at businesspeople, artists are fascinated with them just as much.* (<http://filmmakermagazine.com/33757-miranda-july-shows-you-how-to-be-more-productive/>, 2012); *Except for the lucky ones who were protected by municipal rent-control laws, everyone, old and young, scrambled to meet the higher monthly payments, and when they failed and were forced to move, their apartments were immediately sold or rented for astonishing profits to high-paid business people and professionals* (Mendelson, Cheryl. Morningside Heights. 2005).

6. Сфера деятельности. Деловой человек может заниматься разнообразными видами деятельности, приносящей прибыль: торговля, индустрия здравоохранения, фермерство, инвестиции и т. п.: *A Fayetteville woman has been charged with ethnic intimidation after she threatened a used car businessman and accused him of being a terrorist in league with ISIS.* (Charlotte Observer, 2017); *Victor is a businessman working in the healthcare industry.* (<http://mittromneycentral.com/2012/10/28/the-mantle-of-president-of-the-united-states/>, 2012); *A local farmer is a businessman. He's selling stuff.* (http://www.newyorker.com/reporting/2010/01/04/100104fa_fact_paumgarten, 2010); *To jump in here, Sondland is a businessman hotelier from the Pacific Northwest who donated a million dollars to Trump's inauguration.* (NPR: All Things Considered, 2019).

Однако деловыми людьми также могут быть и музыканты, фотографы, писатели, художники: *I'm a musician; I play instruments, I write songs. I'm a businessman; I want to create an empire.* (<http://www.justinbieberzone.com/2012/10/if-i-hadnt-found-music-my-life-would-have-been-bad/>, 2012); *For decades now -- literally -- Dean Wesley Smith and I have tried to teach writers to be real business people* (<http://kriswrites.com/2012/08/22/the-business-rusch-the-end-of-the-unprofessional-writer/>, 2012); *Once again, the business of photography is not about skill as a photographer. it's about skill as a business person* (<http://strobist.blogspot.com/2006/08/photographys-vanishing-middle-class.html>, 2012); *"I'm not just a hip--hop artist," he said. "I'm a hip-hop businessman."* (OregonLive.com, 2018).

Деловые люди занимаются и благотворительностью, хотя число упоминающих такую деятельность примеров невелико: *Philanthropist Warren Buffett is joined onstage by 24 other philanthropist and influential business people featured on the Forbes list of 100 Greatest Business Minds during the Forbes Media Centennial Celebration at Pier 60 on September 19, 2017 in New York City* (Fortune, 2018); *We already had such a diversity of cultural organizations supported by businesspeople and patrons* (USA Today, 2002); *My main charitable contribution last year was \$1500 to my local Shakespeare Theater to be show sponsor of Marlowe's Tamburlaine the Great. As far as I can tell, all the other show sponsors and season sponsors were doctors, lawyers, and businessmen* (<http://althouse.blogspot.com/2012/10/does-barack-obama-really-want-to-be.html>, 2012); *Spearheaded by local businessmen Chris Poe and Jeff Gaffney, the program made a promise to the class of first-graders at Clark Elementary School -- to pay for their college education and provide the resources they needed to graduate.* (http://www.dailyprogress.com/news/article_054809bb-09d6-57c6-8cc2-fb3de90c0697.html, 2012).

Еще одна область приложения энергии деловых людей – это политика. Деловые люди поддерживают тех или иных политиков или их идеи: *I agree*

that Romney, much moreso than Obama, gets support from business people who legitimately just want to operate in a free market, but I don't think the big money behind his campaign is from those people. (<http://www.rightwingnews.com/election-2012/mitt-romneys-47-comments-do-they-even-rise-to-the-level-of-a-kinsley-gaffe/>, 2012); *David and Charles Koch, the billionaire businessmen behind the vast industrial empire, are also political activists with an agenda. Their companies and foundations have been ALEC members and funders for years* (http://www.democracynow.org/2012/9/27/the_united_states_of_alec_bill, 2012); *He has strongest appeal with party activists and business people.* (Atlanta Journal Constitution, 2015).

Американские деловые люди и сами участвуют в выборах различных уровней, вплоть до президентских: *Race: Bachmann's one of the House's most prestigious and embarrassing conservatives, and faced a tough, expensive battle against businessman Jim Graves.* (<http://jezebel.com/5958480/team-rape-lost-big-last-night>, 2012); *Donald Trump says it's about time the United States had a president who has "an idea about money." That's the essence of his case in the first part of the debate: the savvy businessman against the politician who has been around too long.* (New York Times, 2016); *Hutchinson, a former congressman and federal Homeland Security official, easily defeated Curtis Coleman in the 2014 Republican gubernatorial primary after the Little Rock businessman regularly tried to cast his rival as someone more aligned with Washington than Arkansas* (Washington Times, 2017).

7. Досуг. В корпусе встречается немного примеров, описывающих досуг американского делового человека. Деловые люди слушают караоке, посещают стендап-вечеринки, увлекаются хайкингом и боевыми искусствами и играют в гольф: *There was this company that hired us to sing karaoke for business men.* (Love Shot, 2018); *If someone like hires me to do a party for businessmen or something, business people and it's in a conference room, in a Sheraton or something but they're paying me so much that I can't say no, that's not*

going to be a - that's going to be a rough one (Fresh Air 12:00 AM EST, 2014); *Mr Collins was leading an expedition of 19 assorted off-duty police officers, businessmen and photographers along the Trail - thought to be some of the most rugged hiking terrain in the world* (<http://www.crimecasefiles.com/forum/war-and-terrorism/806-it-seemed-to-be-a-body-from-wwii.html>, 2012); *In fact, many business people are finding that martial arts is a better way to unwind from the stress of the day than, for example, going to the gym* (CNN_Business, 2003); *Where is he this weekend? Playing golf with three big businessmen from Houston* (MEET THE PRESS 10:30 AM EST, 2013); *Business people used to head to the nearest golf club when they needed to network or get colleagues and clients away from the office for some quality time together* (U.S. News & World Report, 2006).

Также американские деловые люди посещают рестораны и фитнес-центры и ездят в отпуск в Мексику: *The restaurant, located in Ansley Mall, sports a casual but comfy decor, appropriate for the couples and families scattered about or the businessmen anchored at the bar with a view of the open kitchen* (Atlanta Journal Constitution, 2013); *They, especially Danielle, were there to show to the jury what they couldn't come out and say: "This is how a business person's health club receptionist should look."* (James, Dennis. CHRISTINE'S CASE. 2015); *American businessman on Mexico vacation comes up to Jos and says, "I got a suggestion for you. Why don't you hire somebody to do your fishing and somebody to run that stand for you?"* (Relaxer, 2018).

8. Семейное положение. Деловой человек может быть женат, и это нормальное состояние: *There are lawyers, a former mayor, businessmen, and captains of industry, most of whom are married and have a lot to lose.* (http://thestir.cafemom.com/in_the_news/145235/zumba_sex_scandal_is_going, 2012); *Though she was married to one of the most prominent black businessmen in the city, she wasn't the typical socialite* (Chicago Sun-Times, 2017).

Муж или жена делового человека иногда тоже являются деловыми людьми и работают вместе с супругом: *From the standpoint of taxing the capital gains, certainly can support a middle-class tax cut, but as a small business*

person myself, with my wife and I having really worked hard for 20 years to build a business, he's off-base with the capital gains tax increase, because that's really going to hurt Main Street and it's going to hurt those that are really trying to invest to create jobs in our country. (PBS NEWSHOUR 6:00 PM EST, 2015); *Though it wasn't polite to be overtly "business" in their strata and Jennie preferred the role of genteel southern lady, in her day, John knew, she was one shrewd business person, as was her husband* (Forstchen, William R. One second after, 2009).

9. Окружение. Очевидно, окружение американских деловых людей составляют в первую очередь такие же деловые люди. Также в примерах из корпуса находятся упоминания о многочисленных организациях, группах и сообществах, в которые входят как исключительно деловые люди, так и многие другие, объединенные с ними по какому-либо признаку: *Mr. Crawford belonged to the Elmore Club, an organization of colored professional and business men, who had purchased a neat little clubhouse where they could play billiards and entertain their wives and friends at dances and whist parties.* (The servant, 2000); *The Board of Visitors is a group of very successful business people* (http://www.dailyprogress.com/news/article_09655b7b-ae2b-5533-afff-e44ea3c7d827.html, 2012); *In 2005, Arensmeyer founded Small Business Majority, a group that now has 8,000 business people nationwide in its network.* (<http://www.miamiherald.com/2012/07/29/2917146/small-business-majority-breaks.html>, 2012); *There's a very strong black society group, with some high-powered businesspeople who come from families to be reckoned with.* (New York Times, 2003). Наличие водителей и личной охраны, судя по корпусу, для американских деловых людей нехарактерно.

10. Речевые особенности. В примерах корпуса присутствуют указания на наличие особенностей речи типичного американского делового человека: *Mr. Rodrigo not only looked like a casual American businessman from the tips of his loafers to the top of his smoothly gelled gray hair, he spoke like one.* (Transnationalism. Mr. Rodrigo's Identification Company, 2019); *Charles Mallory's work as a private intelligence contractor often # required him to deal*

with government power brokers and morally # ambiguous businessmen who spoke their own duplicitous languages. (Lilliefors, Jim, Viral, 2012). У ДЕЛОВЫХ ЛЮДЕЙ СОБСТВЕННЫЙ ЖАРГОН: *Business people have long had a name for this: "competing with yourself."* (<http://www.seattlemet.com/news-and-profiles/publicola/articles/democrat-hanauer-on-education-mckenna-is-on-the-right-track-we-are-not>, 2012); *This is an incorrect use of the word "agnostic" that I have noted creeping into the vocabulary of American business people over the past year or so* (NEWS: Houston Chronicle, 2009); *In this business people say who's the winners and who's the losers.* (NPR_Saturday, 2006).

В корпусе присутствуют единичные упоминания о некоторых конкретных особенностях речи деловых людей:

- деловые люди говорят только по конкретным поводам: *They talked to each other like business people, always for a reason* (Maximilian Schlaks. The New Maid, 2002);

- деловой человек должен говорить политкорректно: *America also practises self-censorship: Politicians, "respectable" businessmen and TV stations also have to speak carefully and avoid derogatory comments regarding race and ethnicity, or risk facing a backlash.* (<http://blog.hiddenharmonies.org/2012/09/the-euphemism-of-freedom-case-study-on-google-in-the-aftermath-of-benghazi/>, 2012);

- деловой человек может говорить и просто: *The overeducated Ph.D. student who subsists on ramen noodles and coffee, at least according to this understanding of the world, is more of an "elitist" than the wealthy businessman without a college degree, who attends church every Sunday and uses unpretentious language.* (Salon, 2017);

- некоторые деловые люди злоупотребляют бизнес-жаргоном, пытаясь выглядеть умнее: *The issue you are having isn't with bad terms, it is with bad business people using terms with specific meanings as a way to try and sound smarter than they are.* (<http://www.forbes.com/sites/groupthink/2012/01/26/the-most-annoying-pretentious-and-useless-business-jargon/>, 2012).

11. Характеристики мышления и поведения. Прежде всего, существует типичный образ мышления делового человека: *You got to start thinking like a business man, bro.* (One Tree Hill, 2004).

Образ жизни делового человека подразумевает постоянную занятость: *Alan, like most business people I know, isn't spending a whole lot of time on LinkedIn or reading blogs. These activities are useful but he's a little too busy running his business.*

(<http://www.forbes.com/sites/quickerbettertech/2012/11/12/prospective-employees-your-job-in-college-is-not-to-get-a-job/>, 2012); *For that reason, any budding businessperson is likely to find that success can entail getting little sleep, eating on the run and putting work before a personal life.* (<http://workawesome.com/career/pitfalls-of-being-a-workaholic/>, 2012); *To help readers avoid calling that data crisis line, The Chronicle asked industry experts to recommend backup practices to fit every need and budget, from the starving student to the frugal consumer to the busy businessperson* (San Francisco Chronicle, 2007).

Деловой человек мобилен, он часто путешествует, в том числе за рубежом: *The typical businessperson is always on-the-go traveling from one meeting to the next.* (<http://writtenbyallof.us/>, 2012); *Hundreds of business men and women fly on 10 or more international trips a year* (<http://pjmedia.com/victordavishanson/a-humpty-dumpty-view-of-the-world/>, 2012); *On this trip, he is supposed to be a businessman seeking government contracts, and so he is doing what business people do when traveling in support of their enterprises: staying at a hotel.* (Castro, Adam-Troy. A Stab of the Knife. 2018).

Также деловым людям приписываются:

- умение планировать: *You might think: 'What's the matter with you?' You're both businesspeople, fairly intelligent. You should have plans.'* (Washington Post, 2006); *If you are a good business person you plan for all possible outcomes.* (<http://www.dailykos.com/story/2012/11/08/1159089/-Romney-shellshocked-because-he-believed-his-own-bullcrap>, 2012);

- умение считать деньги, расчетливость: *as a professional, i urge you to act more like a business person, and charge for everything to cover your costs.* (<http://photoprofessionals.wordpress.com/>, 2012); *But the businessperson will not hire a single person more than is needed to meet demand.* (<http://www.ourfuture.org/blog-entry/2010104007/its-lack-demand-stupid>, 2012); *If he was a business man, he would prefer death to a bad investment.* (Hollywood Reporter, 2018);

- нацеленность на прибыль: *Despite the recent revelations about high-level corporate larceny, we all know that the vast majority of businesspeople are out to earn an honest buck, and most of us are content to operate on that assumption.* (Inc., 2002); *But one thing I've learned in a long life in business is that through some combination of conscious and sub-conscious reasoning, business people always move in the direction they think contains the biggest payout for them.* (<http://www.tnr.com/blog/plank/109256/romney-ohio-chrysler-jeep-china-toledo-obama-gm-rescue>, 2012);

- нацеленность на результат: *In the United States, for example, businesspeople are all about the transaction, about getting the business done.* (<http://hispanicexecutive.com/2012/vicente-navarro/>, 2012); *Business people know they have to be efficient, meet deadlines, or they go out of business.* (STOSSEL, 2011).

В единичных случаях встречаются и другие характеристики: щедрость, любопытство, клиентоориентированность, предусмотрительность, настойчивость, инициативность, поиск новых возможностей, иррациональность, гибкость, дипломатичность. Также деловым людям приписываются такие качества, как прагматизм, безэмоциональность, бесчувственность. Хотя признается, что не все могут быть деловыми людьми, указаний на некие врожденные характеристики не встречается: *Not everybody is meant to be a businessperson.* (Mother Jones, 2016).

12. Собственность и финансовое положение. В собственности у деловых людей может находиться недвижимость: *More recently, a group of*

OSWO retards, (Occupy Space and Waste Oxygen), decided to “Occupy” a businessman's building (<http://nicedoggie.net/?p=3950>, 2012). Иногда можно увидеть упоминания о частных самолетах: *Business people have a big advantage over recreational pilots because they can deduct from their taxes the costs of buying, renting, operating and maintaining a plane* (USA Today, 2007); *However, an extremely wealthy businessman (who, in this example, earned all of his wealth legitimately) might be able to afford to travel in his personal airplanes and might therefore not care as much about airport security as he does about his economic opportunities. He might justifiably weigh the benefits and costs differently than I do* (<http://www.rationalargumentator.com/index/blog/2012/10/two-party-trap-part-1/>, 2012).

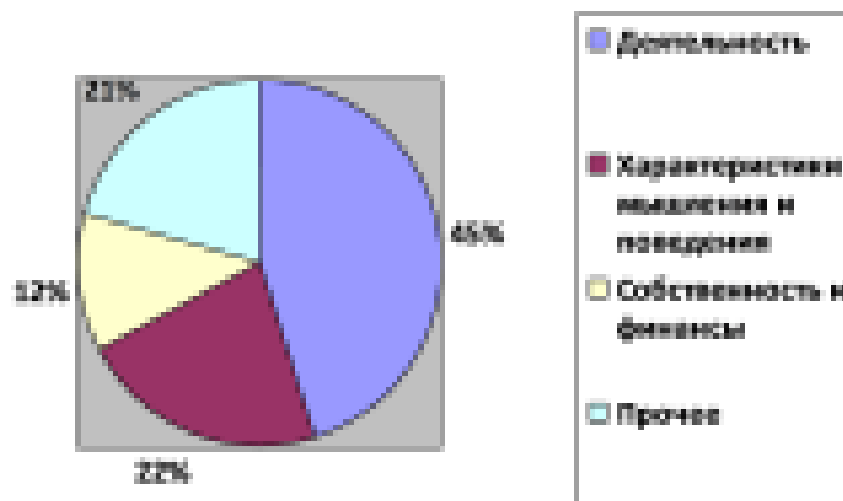
Американский деловой человек часто является богатым (*rich, wealthy*) и успешным (*successful*), однако иногда встречаются и противоположные примеры: *A simple example of this is the fact that all of these new programs rest squarely on the backs not of Big Business, but of small businessmen who are struggling in today's economy merely to stay alive and in existence.* (<http://checkwithchip.blogspot.com/2012/11/health-care-is-not-right.html>, 2012); *DC USA officials said they plan to ask the District to offer assistance to the local and minority businesspeople unable to obtain adequate financing for a possible relocation into the mall* (Washington Post, 2008); *After spending 7 years living in central IL, I knew a lot of corn farmers, and I wouldn't characterize a single one as “rich”. They're business people* (<http://www.redstate.com/2012/11/16/obamas-epa-continues-handouts-for-rich-ethanol-farmers-on-the-backs-of-consumers/>, 2012).

Таким образом, описание американского делового человека можно суммировать в следующих словах. Типичный деловой человек выглядит определенным образом и носит костюм. Его частый атрибут – электронное устройство, прежде всего, смартфон. Как правило, деловой человек – это немолодой мужчина. Он мог унаследовать свой бизнес, но чаще стал деловым человеком самостоятельно. Деловые люди занимаются

благотворительностью, но чаще вовлечены в политику – поддерживают тех или иных политиков или сами участвуют в выборах различных уровней. Досуг деловых людей разнообразен. Представитель типажа может быть женат, и его жена тоже может быть из этой же профессиональной сферы. Окружение деловых людей составляют в первую очередь такие же деловые люди. Существуют многочисленные организации, группы и сообщества, в которые входят как исключительно деловые люди, так и многие другие, объединенные с ними по какому-либо признаку. Признается наличие речевых особенностей американского делового человека; у деловых людей собственный жаргон. Таким же образом существует и типичный образ мышления американского делового человека. Образ жизни представителя типажа подразумевает постоянную занятость. Деловой человек мобилен, он часто путешествует, в том числе за рубежом. Также деловым людям приписываются умение планировать, умение считать деньги, нацеленность на прибыль и на результат. К предметам собственности представителя типажа могут относиться частные самолеты и недвижимость. Типичный деловой человек богат, однако некоторые деловые люди могут испытывать финансовые трудности.

Большинство представленных в примерах упоминаний паспортных характеристик американских деловых людей относятся к их деятельности (включая политику и благотворительность) (45%), характеристикам их мышления и поведения (22%), и собственности и финансовому положению (12%). В наглядной форме итог представлен на круговой диаграмме 4.

Диаграмма 4. Упоминание в примерах паспортных характеристик американского делового человека.



3.2.2 Перцептивно-образная составляющая субтипажа «американский предприниматель»

Далее рассмотрим субтипаж «американский предприниматель», представленный в английском языке существительным *entrepreneur*.

1. Внешний образ. Примеры, описывающие внешность предпринимателя, его одежду и аксессуары, практически отсутствуют. В единственном примере подобного рода упомянут дипломат (*briefcase*): *Whether at the meeting of January 16, 2009 in which an entrepreneur Ponce urged to leave a briefcase forgotten in a law Mercasevilla, as the recorded meeting of January 27, 2009, which was recorded and gave rise to the inquiry court.* (<http://silencepress.info/the-prosecution-believes-that-there-was-a-clear-attempt-of-corruption/>, 2012). Атрибутом предпринимателя может выступать смартфон: *The slide explains a new begin screen for Windows Telephone 7.7, while 3 live ceramic tiles sizes are available to let entrepreneurs give his or her phones a distinctive, personalized feel.* (<http://www.lazyhacks.com/2012/11/leaked-nokia-slide-seems-to-be-to.html>, 2012).

2. Возраст. Возраст предпринимателя крайне разнообразен: от 13 до 81 года (средний возраст – 35 лет); также указаны разнообразные возрастные промежутки: это *teenage, 20s, late 20s, 20-29, 30s, 40s, 50s, 55-64, 60s, 70s*. Однако определения, связанные с возрастом, преимущественно указывают на молодость: *young* (24 раза), *younger* (2 раза), *nearly middle aged, old* и *older* (3 раза). Таким образом, типичный предприниматель скорее молод.

3. Гендерный признак. Достаточно часто встречаются упоминания о предпринимателях-женщинах.

4. Происхождение. Упоминания о социальном происхождении предпринимателей немногочисленны. В частности, предпринимателями становятся бывшие инженеры и военнослужащие (*veterans*): *Despite his fascination for programming, Broihier spent 10 years working as an engineer in New Jersey, the desire for entrepreneurship tugging at him the whole time. # By 2005, Broihier decided to give in to his desire to be an entrepreneur and founded Local Automation, a marketplace for engineering firms that allowed them to advertise their products on the Internet.* (<http://smallbiztrends.com/2012/08/bootstrapping-automation-and-outsourcing.html>, 2012); *If we can make Boulder a haven for military Veteran entrepreneurs, we will be a stronger community* (<http://www.feld.com/wp/archives/2012/08/a-class-of-entrepreneurs-that-we-need.html>, 2012).

Некоторые предприниматели становятся таковыми, еще будучи студентами: *Since launching in February, eVillage has worked with 60 student entrepreneurs who have created 28 companies.* (<http://www.oregister.com/articles/game-376439-business-axle.html>, 2012).

Упоминания о наследственных предпринимателях отсутствуют, однако в одном примере упоминается о том, что происхождение помогает новым предпринимателям: *Though I commend the field for diversifying into men of color, I would bet good money that these new entrepreneurs are for the most part the children of privilege, who have the financial support and connections to attend*

MIT, make nice with VCs (usually white men)
 (<http://www.bostonmagazine.com/articles/2012/10/mit-important-university-world-harvard/>, 2012).

5. Место жительства и характер жилища. Упоминания о жилище предпринимателя практически отсутствуют. Лишь в одном случае говорится о предпринимателе, который еще не заработал на собственный дом: *I can't afford a house yet as I am a struggling entrepreneur but one day in the future I will.* (<http://www.thesimpledollar.com/2008/07/22/is-it-ethical-to-walk-out-on-a-mortgage/>, 2008).

6. Сфера деятельности. В примерах относительно часто упоминаются подтипы предпринимателей по сфере деятельности, выделяемые при помощи прилагательного-определения: это социальный предприниматель (*social entrepreneur*), IT-предприниматель (*tech entrepreneur, technology entrepreneur*) и интернет-предприниматель (*online entrepreneur, web entrepreneur, internet entrepreneur*). Реже встречаются указания на иные области, достаточно разнообразные (здесь в качестве уточняющего определения чаще встречается существительное): *design entrepreneur, shopping mall entrepreneur, showbiz entrepreneur, clean energy entrepreneur, media entrepreneur* и т. д.

В корпусе имеются упоминания (хотя и не очень многочисленные) и о занятиях предпринимателей благотворительностью: *Whether you're a parent volunteering at your child's school, a recent college graduate taking an unpaid nonprofit internship, or a technology entrepreneur giving millions to reform public education, think about how to maximize the significance of your gift* (<http://giving2.com/2011/don%E2%80%99t-give-more%E2%80%94give-in-a-way-that-matters-more/>, 2011); *We can and we must do a better job supporting victims of domestic violence by providing efficient and comprehensive services under one roof, including legal, protective and counseling services, options for shelter, resources for children and pets and medical care. # I want to thank those who made this critical resource a reality. Generous benefactor Rose Andom, the CEO of Rosmik and a local entrepreneur, made it all possible with a \$1 million*

kick-off grant. (<http://denver.cbslocal.com/2012/07/16/hancock-delivers-state-of-the-city-address/>, 2012); *Sam Wyly, billionaire entrepreneur, philanthropist, and co-author of his latest book, Texas Got It Right!, says much of what goes on in Washington is far removed from the daily lives of average Americans and that policy matters much more than politics.* (<http://www.genconnect.com/lifestyle/sam-wyly-politics-election-washington-needs-to-get-out-of-the-way-video/>, 2012).

Иногда предприниматели занимаются политикой и участвуют в выборах: *Hank “Guam may tip over” Johnson was elected in 2010 by 80% not having to campaign or debate at all against a well financed entrepreneur who could speak off the cuff on any issue intelligently.* (<http://www.theblaze.com/stories/congressman-makes-most-non-rousing-case-for-being-world-citizens/>, 2012); *But freshman Jared Polis of Colorado, a successful entrepreneur, and 20 other House Democrats came out against that, on the reasonable theory that a tax on high-earners is a job-killer in today’s economy.* (http://www.realclearpolitics.com/articles/2009/10/17/the_trouble_with_health_care_is_paying_for_it_98721.html, 2009).

7. **Досуг.** В примерах корпуса практически отсутствуют упоминания о досуге предпринимателей: в лучшем случае упоминаются их хобби. Учитывая занятость как характеристику образа жизни предпринимателя (см. п. 11 ниже), это неудивительно. В одном случае прямо говорится о том, что отдых даже важнее успеха в бизнесе: *If there's one thing entrepreneurs have to work harder for than winning business, it's some well-deserved time off* (<http://www.inc.com/michael-alter/3-reasons-to-take-a-vacation.html>, 2012). При перечислении занятий предпринимателя иногда упоминаются хобби, но не всегда просто сказать, является ли то или иное занятие развлечением или скорее частью профессиональной жизни, например: *My name is Matt Jacobs, I am from Albany, OR and I am a blogger, podcaster, vlogger and entrepreneur* (<http://alloymatt.com/2012/11/08/nerd-in-the-country-elections-unity-through-diversity/>, 2012); *Ali Schiller is a philosopher and truth seeker at heart. A trainer,*

traveler, wife, mother of two, writer, entrepreneur, former real estate agent, who just so happens to have her degree in Mechanical Engineering (<http://goingwiththeflowblog.com/2012/10/04/commitment-accountability-the-ability-to-manifest-what-you-want-in-your-life-we-promise-this-works/>, 2012); *Being an entrepreneur allows me to live a much more rich and fulfilled life than I was before. I'm able to travel more often and experience new cultures. I'm able to see friends and meet new people much more often. I can also take time out to really spend time doing the things I enjoy because of the type of business that I've created.. ahem, golf.* (<http://www.seanogle.com/entrepreneurship/happiness-as-a-solopreneur>, 2012).

8. Семейное положение. Предприниматель может быть женат/замужем. В некоторых случаях предпринимателями являются оба супруга. Упоминания о разводах отсутствуют, а упоминания о вдовстве единичны.

9. Окружение. В случае, если предприниматель осуществляет профессиональную деятельность не в одиночестве (а, например, в рамках стартапа), к его окружению можно отнести его партнеров по предприятию или даже наемных сотрудников, вместе составляющих команду (*team*): *As an entrepreneur, what is the one thing you do over and over and recommend everyone else do? # One thing I constantly do is ask for feedback from my team and members.* (<http://ideamensch.com/christina-duren/>, 2012), *You're an awesome person and entrepreneur and you have a great team who respect you... as do I.* (<http://moz.com/rand/misadventures-venture-capital-funding/>, 2012).

Также в качестве окружения можно рассматривать других предпринимателей (а, возможно, и не только предпринимателей), входящих в местное сообщество: *SiliValley has a community that is very valuable to the entrepreneur* (http://avc.blogs.com/a_vc/2006/10/do_you_have_to_.html, 2006); *But in the past few years, I've been getting so much closer to nailing down my true voice (or, perhaps more appropriately, rediscovering that which had become shrouded) and finding a community of entrepreneurs who resonate with the same types of messages* (<http://www.copyblogger.com/two-tribes/>, 2012); *As a founder*

of DartBoston, a “community of ambitious young entrepreneurs and professionals,” Johnson regularly organizes big parties. (http://www.boston.com/business/technology/innoeco/2012/08/innovation_amplifiers_25_peopl.html, 2012); *What I have found is that the longer I am in business, and the more I reach out to other entrepreneurs, then others reach back out to me. That expression ‘you scratch my back I will scratch yours’ so holds true* (http://jpd.typepad.com/my_weblog/2007/10/mommy-needs-to-.html, 2007). Наличие водителей и личной охраны, судя по корпусу, для американских предпринимателей нехарактерно.

10. Речевые особенности. Речевые особенности предпринимателя практически не упоминаются. В одном случае говорится о фразе, которую можно услышать от любого предпринимателя: *Either of those lines could have come from the mouth of Travis Kalanick, or any of his Disruptive ilk. The first is frighteningly close to the line you've heard from every entrepreneur you've ever wanted to punch: “It's easier to seek forgiveness than ask permission.”* (<http://pandodaily.com/2012/10/24/travis-shrugged/>, 2012).

11. Характеристики мышления и поведения. Прежде всего, признается наличие особого предпринимательского склада ума, мышления: *Learning to think like an entrepreneur is a lot more involved than it sounds.... ideally, it is learning process that never ends.* (<http://globalneighbourhoods.net/2010/03/having-to-pay-for-it.html>, 2010); *In fact, what Romney suggested ‘off the cuff’ is a great idea. Shows you how an entrepreneur thinks.* (<http://macsmind.com/wordpress/2012/09/romneys-right-the-idea-of-roll-up-windows-in-commercial-aircraft-is-doable-and-a-good-idea/>, 2012); *As you're transforming yourself into an entrepreneur, be sure to instill the same mindset and skills in your kids.* (<http://www.paramuspost.com/article.php/20121009144246162>, 2012); *If you want to work less than 40 hours per week, then stop thinking like an employee and start thinking like an entrepreneur.* (<http://www.financialsamurai.com/2011/08/31/are-there-really-people-who-only-work-40-hours-a-week-or-less/>, 2011); *Either way, it*

will require a different mindset and operating framework than the way entrepreneurs typically think (<http://globalneighbourhoods.net/2010/03/having-to-pay-for-it.html>, 2010).

Изредка встречаются упоминания о врожденных талантах предпринимателя: *I wonder if there really is something in the DNA of entrepreneurs. Can it be taught?* (<http://www.createforcash.com/create-for-cash-blog/are-you-brave-enough-to-be-an-entrepreneur-2/>, 2012). По вопросу о том, каждый ли может быть предпринимателем, встречаются разные мнения: *Everybody can be an entrepreneur* (<http://work-at-home.business-opportunities.biz/2009/10/13/where-to-be-an-entrepreneur/>, 2009); *This is a viable option for sure and it will definately create employment opportunities but lets not forget that its not everyone who can be an entrepreneur or small business owner* (<http://entrepreneurs.about.com/b/2011/09/05/small-businesses-argue-on-ways-to-get-out-of-the-economic-mess.htm>, 2011). Иногда речь идет о статистических выводах: *I find that individuals with higher measured intelligence and self-confidence are more likely to be entrepreneurs.* (<http://www.bakadesuyo.com/2011/11/do-entrepreneurs-need-to-go-to-college/>, 2011).

Ключевые особенности мышления предпринимателя таковы:

1) готовность к риску, смелость: *Part of the fun of being an entrepreneur is taking risk* (<http://www.createforcash.com/create-for-cash-blog/are-you-brave-enough-to-be-an-entrepreneur-2/>, 2012); *I'm an entrepreneur. I'm risking everything, of course I'm not scared.* (<http://mixergy.com/sam-ovens-snapinspect-interview/>, 2012);

2) активность, настойчивость, готовность начать заново, ориентация на цель: *Passive and entrepreneur are two contrary words and the twain shall never meet.* (<http://dailycrowdsourcing.com/crowdsourcing-training/tips/1214-arrghh-what-to-do-to-bring-your-technology-to-market>, 2012); *Most startups fail, yes, but entrepreneurs usually try more than once.* (<http://developers.slashdot.org/story/12/09/06/1614217/do-tech-entrepreneurs->

need-to-know-how-to-code, 2012); *An entrepreneur must learn how to pick up and start all over again.* (<http://www.boomerdivanation.org/articles/what-do-you-want-to-be-when-you-grow-up/>, 2012); *“I’m convinced that about half of what separates the successful entrepreneurs from the non-successful ones is pure perseverance.”* – Steve Jobs, Co-founder, Apple (<http://www.lifed.com/50-of-the-most-inspiring-startup-quotes-from-successful-entrepreneurs>, 2012); *One very important skill or attribute of being an entrepreneur is the ability to get stuff done.* (<http://julianeiman.com/so-you-want-to-go-online-with-a-business/>, 2012);

3) ГОТОВНОСТЬ К НЕОПРЕДЕЛЕННОСТИ: *In the end being an entrepreneur is like navigating the ocean without a compass.* (<http://www.womenonbusiness.com/the-expert-is-in/>, 2012); *Every smart entrepreneur has a fear of the unknowns in their new business initiative. Only those with the passion and conviction to start anyway will have any chance of success (you can’t succeed if you don’t start).* (<http://blog.startupprofessionals.com/2012/10/why-some-entrepreneurs-undermine-their.html>, 2012);

4) гибкость, приспособляемость, находчивость: *What good entrepreneur wouldn’t explore options?* (<http://artofmanliness.com/2012/11/16/reality-in-motion-a-second-year-case-study-on-running-a-successful-business/>, 2012); *Brett is someone who has always had a truly pure love of innovation, and of the special kind of gumption that it takes to be an entrepreneur.* (<http://allthingsd.com/20121018/believe-brett-bullington-and-the-heart-of-silicon-valley/>, 2012); *Oddly enough, they discovered that what really makes successful entrepreneurs is not the nature of their idea, or the university they went to, but their actual character--their willingness to adapt their idea and take advantage of possibilities they had not first imagined.* (<http://www.fastcompany.com/3002810/aha-moments-made-paul-grahams-y-combinator-possible>, 2012).

В одном из примеров суммируются некоторые из этих характеристик: *Being a successful entrepreneur means having an appetite for risk, an ability to navigate ambiguity and a passion to get things done at all costs; it’s no mystery*

why such a large number of small businesses are started by veterans or service-disabled veterans. They certainly have what it takes to be entrepreneurs (<http://googlepublicpolicy.blogspot.com/>, 2012).

12. Собственность и финансовое положение. В примерах почти ничего не говорится о собственности предпринимателей (за исключением созданных ими компаний). В единичных случаях упоминается автомобиль и смартфон: *As an entrepreneur being without a car can be a hassle -- you end up losing money because of all the time you waste waiting for public transport instead of meeting with clients.* (<http://www.bargaineering.com/articles/selling-car-carless.html>, 2012).

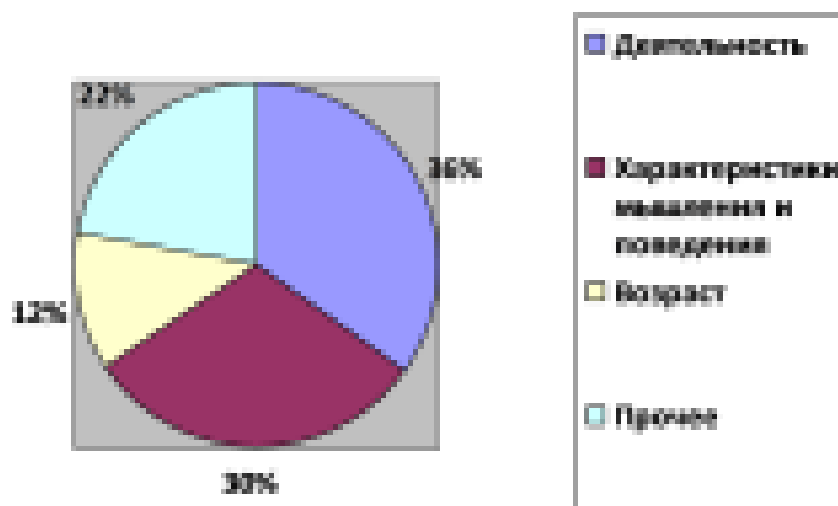
В примерах предприниматель часто оказывается богатым и успешным. Однако в корпусе представлены и примеры противоположного: *Many small business owners and entrepreneurs are poor.* (<http://tmotr.wordpress.com/2011/07/04/going-for-broke-will-legislate-for-food/>, 2011); *But what is so great about microloans -- and why I am motivated to work for working poor entrepreneurs -- is how microfinance empowers others.* (<http://blog.worldvisionacts.org/2012/10/15/monday/>, 2012); *All entrepreneurs are not rich and I can offer no proof that they all pay income taxes.* (<http://reason.com/blog/2011/10/19/the-good-kind-of-class-warfare>, 2011); *These are real choices that middle-class entrepreneurs have to make (unlike our rich cousins who have it easy).* (<http://www.forbes.com/sites/alanhall/2012/07/15/kiss-your-boss-goodbye-its-time-to-be-an-entrepreneur/>, 2012).

Таким образом, суммировать характеристики субтипажа «американский предприниматель» можно следующим образом. У предпринимателя нет типичного внешнего образа. Американский предприниматель скорее молод, чем нет; к предпринимателям могут относиться и мужчины, и женщины. Представитель типажа может заниматься разнообразной коммерческой деятельностью, при этом он может заниматься и благотворительностью. Иногда предприниматели занимаются политикой и участвуют в выборах. У них есть хобби. Предприниматель

может быть женат/замужем, и его супруг(а) тоже может быть предпринимателем. К окружению представителей типажа можно отнести его партнеров по предприятию или даже наемных сотрудников, вместе составляющих команду, или местное сообщество. Признается наличие особого предпринимательского склада ума, мышления, чьими особенностями являются готовность к риску, активность, настойчивость, готовность начать заново, ориентация на цель, готовность к неопределенности, гибкость, приспособляемость, находчивость. Предприниматель может обладать автомобилем; он может как быть богатым и успешным, так и нет.

Большинство представленных в примерах упоминаний паспортных характеристик американских предпринимателей относятся к их деятельности (включая политику и благотворительность) (35%), характеристикам их мышления и поведения (30%) и возрасту (12%). В наглядной форме итог представлен на круговой диаграмме 5.

Диаграмма 5. Упоминание в примерах паспортных характеристик американского предпринимателя.



3.2.3 Перцептивно-образная составляющая субтипажа «американский топ-менеджер»

Наконец, рассмотрим паспорт субтипажа «американский топ-менеджер».

1. Внешний образ. В примерах указания на внешний вид представителя типажа единичны. Американский топ-менеджер может иметь гламурный вид, носить костюм, галстук или рубашку-поло: *She worked hard at the public-relations side of being a top executive, too. She once flew to Mexico to unveil a new line of products. Preston recalls that Avon's executive team in Latin America expected her to bomb, that her Manhattan-glam look would make it hard for her to connect with the local sales staff.* (Newsweek, 2004); *All right, Cupid's arrow struck the cutie pie in upper management. He's a hardworking, professional and highly intelligent Brother. He comes to work dressed to impress, wearing his Sunday best, and his tailored suits and polished shoes tell you that he doesn't settle for less.* (Ebony, 2001); *IT'S HARD TO imagine the top executives of Mark IV Transportation & Logistics getting together to socialize on week-ends. They're a pretty unlikely lot: a cautious president wearing a dowdy bow tie; a former truck driver who climbed the ranks to executive vice president; a lesbian in a company polo shirt; and a 43-year-old morn with a corporate background.* (Inc., 2005).

Корпоративные стандарты могут обязывать топ-менеджера выглядеть определенным образом: *So let me see if I've got this straight: It is apparently business as usual at Coca-Cola when a new senior executive is directed where to live, what to drive, and where to get his hair cut ("Coke: The Real Story," May 31).* (Fortune, 2004); *He encouraged upper management to wear the same colored shirt each day; he would remain in his teal blue Emory flight suit. The uniforms would signal who was in charge.* (Atlanta Journal Constitution, 2006).

Наконец, у топ-менеджера есть смартфон: *But the "bring your own device" (BYOD) wave that swelled over the past decade as CEOs and other top*

executives started insisting on using their personal iPhones and Android devices for work helped spell the end to that corporate dominance. (Fortune, 2016).

2. Возраст. Типичный американский топ-менеджер немолод. Диапазон возрастов несколько различается в зависимости от используемых номинаций: *senior executive* – от 38 до 63 (средний возраст – 46 лет), *top executive* – от 31 до 87 (средний возраст – 52 года), *senior manager* – от 25 до 60 (средний возраст – 37 лет).

При этом возраст топ-менеджера менее 40 лет воспринимается как необычный: *His second son, Marcantonio, at the early age of thirty-five, was, out of some mystery in the variation of his genes, a top executive at a national TV network. (Omerta, 2001); New Yahoo CEO Marissa Mayer was the first female engineer hired at Google in 1999, where she became one of the company's top executives and most visible public faces. Only 37, Mayer has often been named one of the most powerful women in business. (http://mashable.com/2012/07/16/marissa-mayer-pregnant/, 2012).*

3. Гендерный признак. В корпусе встречаются упоминания о топ-менеджерах женского пола, хотя они находятся в меньшинстве.

4. Происхождение. В корпусе довольно редко говорится о социальном происхождении топ-менеджеров. Они могут сделать карьеру с весьма низкого старта, а могут происходить из семьи основателя компании: *She was, after all, a very visible top executive. # "I know she made some mistakes," the executive says, "but I admire any person, man or woman, who rises to the ranks and played in the game she played in. It was a big-time game. And I haven't seen anything that ties her to any of the financial shenanigans." # Rebecca Pulliam Mark wasn't born a shark. She was born a Midwestern girl, raised by a family who mucked out pig stalls and grew corn on their farm just outside the town of Kirksville, Mo. One of four children, she took her turn in the fields, baled hay, knew how to handle the heavy machinery (Washington Post, 2002); Challenges UPS is known for grooming CEOs from the ground up, with top executives often starting out as UPS drivers and working their way up. (Atlanta Journal*

Constitution, 2014); *Blake, Pete and Erik Nordstrom -- descendants of the founder of Nordstrom and top executives within the department store company -- endorsed marriage equality in an email to all Nordstrom employees, Business Insider reported on Monday.* (<http://tv.msnbc.com/2012/10/15/nordstrom-executives-come-out-in-favor-of-gay-marriage/>, 2012); *Rogers was the third generation of his family to hold top management positions at the Joplin Globe Publishing Co.* (Associated Press, 2002); *Your grandfather's candy shop evolved into confections giant Tootsie Roll, where your mother and father are still top executives.* (USA Today, 2010).

5. Место жительства и характер жилища. Упоминания о месте проживания топ-менеджеров практически отсутствуют. В одном из примеров говорится о роскошном здании, где проживают богатые семьи, в том числе и топ-менеджеры некоторых банков: *Once finished, 740 became a magnet for the richest, oldest families in the country: the Brewsters, descendents of the leader of the Plymouth Colony; the socially-registered Bordens, Hoppins, Scovilles, Thornes, and Schermerhorns; and top executives of the Chase Bank, American Express, and U.S. Rubber.* (<http://www.amazon.com/740-Park-Richest-Apartment-Building/dp/0767917448>, 2012). Впрочем, нельзя сказать со всей определенностью, что в здании до сих пор живут топ-менеджеры. В другом примере говорится о комплексе скромных двухэтажных домов: *Five of their senior executives live in modest two-story homes on adjoining lots on or near tiny Safa Court in Herndon. The houses were built on 22 acres that one of their affiliated firms bought and developed in 1987.* (Washington Post, 2002).

6. Сфера деятельности. Сфера деятельности фирм, в которых работают топ-менеджеры, крайне разнообразна. Рабочая деятельность топ-менеджера включает в себя различные встречи и совещания, он посещает различные мероприятия, он выступает в роли эксперта, беседуя с СМИ. Упоминания о благотворительной деятельности топ-менеджеров довольно редки: *One explanation goes like this: CMS's two top executives, Silberberg and Solomon, long involved with philanthropic activities themselves, have an authentic*

desire to sow their ideas with employees (who are urged to volunteer with community projects), fellow partners (who are forced to dedicate to charity 10% of their gross income share), and like-minded, deep-pocketed entrepreneurs (who are invited to attend conventions on charitable giving). (Inc., 2003); He told the New York Times that he had held the shares for a decade as an “accommodation” to the company's founders and top management, who wanted to ensure that the shares are transferred over to the charities when they die, and that he was not compensated for doing so. (Fortune, 2017).

Топ-менеджеры также могут помогать кандидатам на выборах различных уровней, в частности, внося пожертвования на избирательную кампанию: *Several of Comcast's top executives have been financial supporters of Republicans; Mr. Olbermann is largely credited with establishing MSNBC's liberal voice. (http://mediadecoder.blogs.nytimes.com/2011/01/22/olbermanns-msnbc-exit-was-weeks-in-the-making/, 2011); Is the reason you're one of the only two top executives who were willing to talk to us in support of Mr. Trump because you're fearless? (PBS NEWSHOUR 6:00 PM EST, 2016); Community Education employees, including senior executives and several of their family members, have donated a total of \$30,600 to Mr. DiVincenzo's campaigns since 2006, according to disclosure records (New York Times, 2011).*

7. Досуг. Упоминания о досуге топ-менеджеров редки. Топ-менеджеры отдыхают на курортах, занимаются хайкинггом, посещают спортивные мероприятия и поют караоке на корпоративах: *And as many struggle to repay, we confronted the top executive from one of the best-known lenders, Sallie Mae Bank, who was celebrating with top sellers at a luxury resort in Hawaii. (NBC News: Nightly News, 2019); What you almost certainly didn't glean from your chance encounter with the world's most understated Texan is that Mackey is not only a passionate ultralighter, he's also the top executive of a billiondollar corporation. (Backpacker, 2006); Don Logan, another top executive at AOL Time Warner headquarters in New York, often asks for tickets to games (Atlanta Journal Constitution, 2003); She is deeply caring and committed as a senior executive. She*

is a fun-loving executive as well -- she played lead guitar for an all-woman rock band in college, loved to play cricket, and is known to sing karaoke and perform at corporate gatherings to this day (<http://www.forbes.com/sites/davidkwilliams/2012/07/24/top-10-list-the-greatest-living-business-leaders-today/>, 2012).

Отдельно нужно отметить, что топ-менеджеры замечены за проведением досуга за чужой счет: это увеселительные поездки и посещения развлекательных заведений для взрослых: *And you won't believe what top executives of the troubled insurance giant AIG are doing with your taxpayer money. Corporate junkets to Europe.* (CNN_Dobbs, 2008).

8. Семейное положение. Американский топ-менеджер вполне может быть женат или замужем: *Impressed, she confided in me that her husband was a top executive at one of the world's largest insurance concerns, and asked if I was interested in meeting him.* (<http://jeffkaplan.com/2012/10/banish-sales-prejudice-pre-judging-others-based-on-the-ability-to-buy-now/>, 2012); не всегда эти отношения формализованы: *Her boyfriend, Arno Harris, the top executive at a solar energy company, e-mails to say he will have to skip the Super Bowl party they've planned with his 6-year-old twins because he has to go to Hong Kong for business.* (San Francisco Chronicle, 2010). Встречаются и упоминания о разводах.

9. Окружение. Очевидно, что топ-менеджеры чаще всего общаются с другими сотрудниками компании, в которой они работают. В примерах часто упоминаются команды топ-менеджеров (*top management teams, senior management teams*). Также руководители создают близкое окружение из топ-менеджеров: *She also sat on Google's operating committee, part of a small circle of senior executives who had the ear of Google's co-founders, Larry Page and Sergey Brin* (<http://dealbook.nytimes.com/2012/07/16/googles-marissa-mayer-tapped-as-yahoos-chief/>, 2012); *The conduct of Mr. Raines, CFO Timothy Howard and other members of the inner circle of senior executives at Fannie Mae was inconsistent with the values of responsibility, accountability, and integrity...*

(<http://www.sjsu.edu/faculty/watkins/subprime.htm>, 2012); *Mr. Greenberg surrounded himself with a tight circle of senior executives, while Mr. Sullivan eats lunch with midlevel employees who are permitted to submit anonymous questions ahead of time, lest they be intimidated* (New York Times, 2005).

Сама жизнь топ-менеджера формирует его окружение – в частности, в нем нет нуждающихся людей: *But what happens when you are an executive at an insurance company, and it's certainly not necessarily unique to the insurance industry; any senior executive, you live in a different neighborhood. You associate with different people. You don't necessarily come into contact, in your day-to-day life, with people who are needy* (Fresh Air 12:00 AM EST, 2013).

Контакты с нужными людьми, поиски окружения могут выстраиваться сознательно: *For example, Roy Cohen, author of “The Wall Street Professional's Survival Guide,” had a client, a senior executive in the entertainment industry, who joined an elite and very expensive Manhattan gym known to be favored by celebrities, media moguls, and other C-suite executives. It was a huge investment, but the returns were enormous* (<http://www.msnbc.msn.com/id/44205350/ns/business-careers/t/desperately-seeking-job-cookies-if-necessary/>, 2012).

10. Речевые особенности. Американские топ-менеджеры придумывают и употребляют специфические выражения, но они ограничены рамками компании: *Or, to use the rancorous words of Microsoft top executives: in a “viral” and “cancerous” way* (<http://snuproject.wordpress.com/2012/10/09/the-effects-of-the-open-source-movement-on-the-development-of-politics-and-society-transform/>, 2012); *A Wal-Mart human resources executive saw nothing wrong with a district manager holding his management meetings at a Hooters restaurant, discovery evidence showed, and senior managers of the company's Sam's Club division often referred to female store associates as “little Janie Q's” and “girls.”* (ABA Journal, 2011); *And instead he sits down for a long lunch and unlooses with the kind of things -- in one sense, it's not newsworthy because we know this is the*

way that top executives at NPR think and talk (FOX NEWS WATCH 6:30 PM EST, 2011).

Также в примерах обращается внимание на коммуникативное поведение топ-менеджеров, которые любят хвастаться достижениями: *Gruenfeld said Sandberg isn't like other top executives who like to boast about their accomplishments.* (San Francisco Chronicle, 2012).

11. Характеристики мышления и поведения. В корпусе присутствуют указания на осознание специфики мышления топ-менеджеров – либо вообще, либо топ-менеджеров конкретной компании: *A Microsoft executive familiar with the thinking of senior management said there was no single event that led to Sinofsky's exit.* (http://news.cnet.com/8301-10805_3-57549400-75/ballmer-decided-windows-chief-sinofsky-was-too-divisive/, 2012); *And instead he sits down for a long lunch and unlooses with the kind of things -- in one sense, it's not newsworthy because we know this is the way that top executives at NPR think and talk* (FOX NEWS WATCH 6:30 PM EST, 2011).

К конкретным чертам этого особого мышления относят сосредоточенность на финансовых показателях в ущерб всему прочему, подход «работает – не трогай» и претензии топ-менеджеров на всезнание: *Senior management only understands part of the picture: dollars.* (Technology Review, 2012); *The mentality here can be described as "Ain't broke. Don't fix it."* # *Without question, this mind-set has permeated many a C-suite over the years.* (<http://www.philsimonsystems.com/blog/emerging-tech/cloud-computing/the-state-of-the-cloud/>, 2012); *I've said for years that reason #1 is going to be the death of all large American companies. Upper management always want to tell the workers in the stores how to do things in a community they've never even seen. When the worker has lived there thier whole life and usually know the best time to operate and service the public. Unfortunately, this arcticle will go ignored by ALL upper management because of thier "I know everything" attitude.* (<http://www.forbes.com/sites/ericjackson/2011/12/14/top-ten-reasons-why-large-companies-fail-to-keep-their-best-talent/>, 2011).

Что касается специфики поведения, отмечается безжалостность мира топ-менеджеров, невозможность иметь друзей и необходимость дипломатии: *You ready to enter the cut-throat world of upper management?* (Supernatural, 2010); *I wish people in our line of work could afford friends. That's just one of the sacrifices of upper management.* (Chuck, 2009); *In fact, an Executive Vice President at a former company once told me that I would never rise to upper management unless I mastered the art of politics and stopped being so direct* (<http://www.consumerenergyreport.com/2011/11/21/how-i-would-decide-the-keystone-xl-pipeline-issue/>, 2011).

Топ-менеджеры, занимая высокие посты, демонстрируют свою власть перед подчиненными: *And a top executive at the New York Post used to step aside during meetings to urinate in a corner sink. Conducting personal hygiene and acting inappropriately in front of subordinates turns out to be a rich tradition. It's one way bosses reveal how disinhibited they are.* (Psychology Today, 2005). Они не готовы слушать молодых сотрудников: *Senior executives (be it in publishing, business, or academia) have very little patience for twentysomethings who talk too much.* (<http://www.minnpost.com/community-voices/2008/06/learning-what-i-was-trying-teach>, 2008).

Топ-менеджеры предпочитают ставить свои интересы над интересами компаний, в которых они работают – иными словами, они эгоистичны: *In the short term, the interests of upper management (paid to increase stock prices and unlikely to be around for the long term) and of the company aren't the same, and people usually choose self interest over the interests of others.* (http://pipeline.corante.com/archives/2008/01/03/top_of_the_heap.php, 2008). Преследуя эти цели, топ-менеджеры преступают закон, проявляя самоубийственное безрассудство: *Business professors are staggered by the suicidal audacity of top executives -- did they really think they would not be caught? -- and marvel at the damage done.* (TIME, 2002).

12. Собственность и финансовое положение. В примерах почти не упоминается собственность топ-менеджеров; присутствуют лишь указания на

автомобили: *Seth is getting into his car. He sees Michael and a couple of other senior managers walking out of the building. They walk away from their cars toward another office building (Boiler Room, 2000); Thankfully, I was blessed to snag a parking space at the front of the building-the only one, as the dozen spaces marked Visitor were taken, and the remaining spaces on either side of mine apparently are reserved for upper management. (Leigh, Tamara. Faking Grace. 2008).*

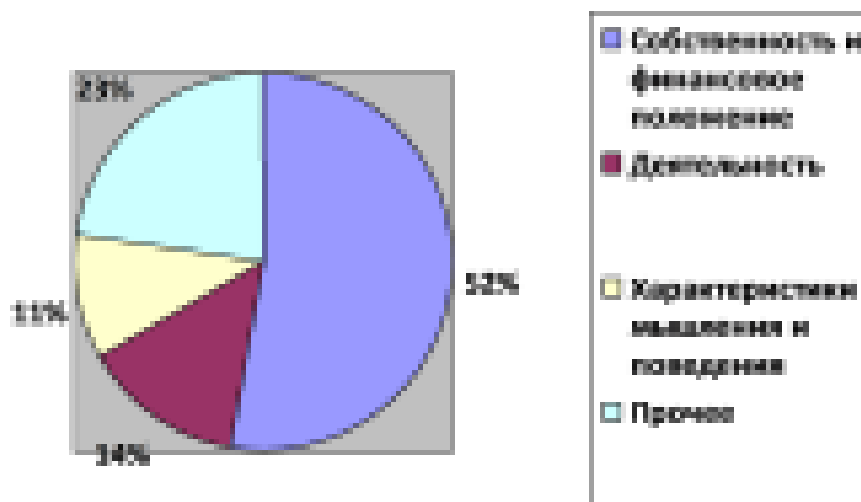
Американский топ-менеджер редко называется богатым, однако он получает значительные (особенно относительно простых работников) доходы, чаще всего в качестве бонусов: *But corporate watchdogs think the multi-million dollar salaries many executives get should be enough of an incentive. One expert I talked to today called this another example of the continuing pigginess of CEOs, and suggested senior executives of major companies are more than capable than anyone of saving for their own retirement (CBS_Rather, 2002); The more I hear about the bloated compensations of senior executives (one made almost # \$35 million -- a worker earning \$40,000 a year would have to work 875 years to earn that amount) the more I am convinced this country doesn't need a minimum wage law. We need a maximum wage law. (San Francisco Chronicle, 2001).* Эти доходы позволяют ему поддерживать высочайший уровень жизни: *For example when the masters of Goldman Sachs, AIG, and Citibank among others felt the need to raid the taxpayers wallets to ensure the ultra high standard of living of their senior executives, both Republicans and Democrats immediately got that gleam in their eyes and put their game faces on; Henry Paulson, Nancy Pelosi, George W Bush, Barney Frank, Chuck Schumer, Chris Dodd, Ben Bernake, all stood together singing Kumbaya so that Goldman Sachs and friends could get nearly a trillion dollars from US taxpayers; basically enslaving taxpayers for generations as indentured debt slaves (http://pjmedia.com/richardfernandez/2009/09/19/to-the-manner-born/, 2009).*

Таким образом, паспорт субтипажа «американский топ-менеджер» можно суммировать в следующих словах. У представителя типажа нет

типичного внешнего вида; он может выглядеть разнообразно. Скорее всего, у него есть смартфон. Типичный американский топ-менеджер немолод (старше 40 лет); это скорее мужчина, чем женщина. Сфера деятельности фирм, в которых работают топ-менеджеры, крайне разнообразна. Топ-менеджеры могут поддерживать политиков и заниматься благотворительностью. Топ-менеджер может быть женат/замужем. Топ-менеджеры разнообразно отдыхают и склонны проводить досуг за чужой счет. Представители типажа чаще всего общаются с другими сотрудниками компании, в которой они работают. Американские топ-менеджеры придумывают и употребляют специфические выражения, но они ограничены рамками компании; они также любят хвастаться достижениями. Признается наличие особенностей мышления топ-менеджеров, к которым относят сосредоточенность на финансовых показателях в ущерб всему прочему, подход «работает – не трогай» и претензии топ-менеджеров на всезнание. Отмечается безжалостность мира американских топ-менеджеров, невозможность иметь друзей и необходимость дипломатии. Топ-менеджеры, занимая высокие посты, демонстрируют свою власть перед подчиненными и не готовы слушать молодых сотрудников. Топ-менеджеры предпочитают ставить свои интересы над интересами компаний, в которых они работают. Американский топ-менеджер может обладать автомобилем; он получает значительные доходы.

Большинство представленных в примерах упоминаний паспортных характеристик американских топ-менеджеров относятся к их собственности и финансовому положению (включая любые упоминания о заработной плате) (53%), деятельности (14%) и характеристикам их мышления и поведения (11%). В наглядной форме цифры представлены на круговой диаграмме 6.

Диаграмма 6. Упоминание в примерах паспортных характеристик американского топ-менеджера.



Наконец, обращаясь к метафорически-образной составляющей ЛКТ, отметим, что номинация американского топ-менеджера, включающая элемент *top*, как и в соответствующем русском ЛКТ, актуализирует пространственную метафорическую модель «верх–низ», где верх соответствует высокому социальному статусу.

3.3 Ценностная составляющая

3.3.1 Ценностная составляющая супертипажа «американский деловой человек»

В первую очередь рассмотрим супертипаж «американский деловой человек».

1. Оценка. Оценки образа американского делового человека противоположны. С одной стороны, деловой человек выступает объектом положительной оценки из-за своей роли в обществе как создателя рабочих мест и хребта американской экономики: *Our bread and butter clients are real business people who need real services and results. These “normals” are the*

backbone of America. (<http://onstartups.com/tabid/3339/bid/75314/13-Ways-To-Think-About-And-Crush-Your-Competition.aspx>, 2012); *Nations must all realize that NATIONAL WEALTH is only created by businesses, corporations, and businessmen, and is only made, created, and/or acquired when the members of a family (or the citizen businessmen of a nation, city-state, island, tribe, etc.) perform one or more of the following tasks: # and then trade, sell, lease or rent these items and/or services to parties outside of their family, in return for a net transfer of gold, currency or commodities from other parties outside of their family into their own family.* (http://www.huffingtonpost.com/2011/11/28/growth-of-european-debt-last-decade_n_1116785.html, 2011).

Деловой человек – это человек дела; он знает, как вести дела и как управлять: *One thing that happens, though, is that people always talk about these business men like they are some big saviors.* (ABC_ThisWeek, 2012); *I like my president. Actually, I like him because he's a businessman. He know how to do business, you know?* (PBS NEWSHOUR 6:00 PM EST, 2017).

Американские деловые люди обладают престижем, ими хотят стать: *My dad worked on Wall Street (help desk) and he would tell me about all the business people he met and I wanted to be just like them.* (<http://www.copyblogger.com/two-tribes/>, 2012); *Culturally, conservatives, if they are going to go through that much work, would want to be a lawyer or doctor, or if they want less work than a doctor or lawyer, an engineer or business person* (<http://reason.com/archives/2010/06/18/people-of-the-book>, 2012); *We want young people to be able to become anything they want to be. We want them to be firefighters. We want them to be letter carriers and businesspeople and police officers.* (U.S. Catholic, 2009).

Встречается и общая высокая оценка американских деловых людей: *Well, we know that American workers and American business people are the best in the world, and wed like to be able to compete with the world.* (Fox_Cavuto, 2004); *Kimmy, businesspeople are good, honest people* (Dads, 2013).

В некоторых примерах проводится разница между этичными и неэтичными деловыми людьми, при этом большинство относится к первым: *I agree that there are unethical people regardless of their political philosophy, but most business people I know are ethical.* (<http://abcnews.go.com/blogs/politics/2009/01/bumps-in-the-ro/>, 2009); *Despite the recent revelations about high-level corporate larceny, we all know that the vast majority of businesspeople are out to earn an honest buck, and most of us are content to operate on that assumption* (Inc., 2002).

С другой стороны, в примерах из корпуса деловым людям приписываются и отрицательные качества. Прежде всего, это жадность, погоня за наживой: *The business people of america are only interested in the bottom line and are more than willing to hire some school age kid from overseas over an american and can get the work done at a fraction of the cost here.* (<http://jobsearch.about.com/b/2012/11/15/what-to-do-when-unemployment-runs-out.htm>, 2012); *Many other countries have unions to protect their citizens from greedy business people getting too much control.* (<http://syosset.patch.com/articles/lipa-union-workers-not-turned-away>, 2012).

Представителям типажа приписываются и отрицательные личные качества, в частности, лживость и недалёковидность: *All successful business people are jerks to some degree, right?* (<http://www.smallbizviewpoints.com/2012/10/27/do-you-have-to-be-a-jerk-to-succeed-in-small-business/>, 2012); *I've had too much damn experience with business people. Their word don't mean shit to me. Because I've seen all these people tell me they going to do good things. And they were liars.* (Newman, 2015); *You know, politicians complain that business people are very short-sighted. We're just focused on the next quarter's earnings* (Fox_НС, 2003).

Деловые люди в погоне за деньгами преступают закон: *In thirty five years of law practice I never met a businessman who was not a criminal.* (<http://www.nakedcapitalism.com/2012/10/why-it-is-essential-that-criminal-bankers-are-prosecuted.html>, 2012); *Within the business sector was installed the*

idea of legal and moral deregulation, forming a kind of “habitus of impunity,” in which many businesspeople placed little value in the most elemental aspects of following the law (Anthropological Quarterly, 2008). И даже если они не преступают закон, они придерживаются его буквы, а не духа: *The very complexity of our laws has encouraged many professionals and businesspeople to find ways of conducting business that arguably fit within the letter of the law while avoiding its true intent.* (USA Today Magazine, 2002). Не им принадлежит заслуга и в создании рабочих мест: *So when businesspeople take credit for creating jobs, it's a little like squirrels taking credit for creating evolution* (<http://tedchris.posterous.com/131417405>, 2012).

Также в противовес утверждениям об этичности большинства деловых людей в корпусе встречаются и противоположные утверждения: *First of all, I was not aware that Objectivist ran Wall Street or that the vast majority of American entrepreneurs and business people were corrupt.* (<http://www.tnr.com/blog/plank/106245/confessions-of-teenage-objectivist-ayn-rand>, 2012); *The myriad government controls on business are based on the assumption that most businesspeople are evil exploiters who would not hesitate to harm others in the pursuit of profits.* (<http://capitalismmagazine.com/2012/09/why-business-and-the-rest-of-us-needs-limited-government/>, 2012).

Самовосприятие американских деловых людей демонстрируется лишь в нескольких примерах. Статусом делового человека обосновывается рациональное, расчетливое (хотя и, возможно, не всегда этичное) поведение: *Look, I'm sorry if this sounds harsh, but I'm a business man and this is business.* (A Rising Tide, 2015); *Do I feel bad about helping other students cheat? Not really. I'm a business man. A crude version of a venture capitalist. The money is there, the demand is there, and my skills are there.* (<http://chronicle.com/article/The-Shadow-Scholar/125329/>, 2012).

Сами американские деловые люди считают свое занятие трудным, тяжелым: *I'm a small business person, and let me tell you how frickn tough it is* (<http://www.nationalmemo.com/romneys-former-classmate-mitt-kind-of-a-jerk->

video/, 2012); *I've been in business and I respect them as a businessman. I know what a businessman goes through* (OCRegister, 2016).

2. Ценностные доминанты. Для делового человека нормально фокусироваться на прибыли: *If a person runs their business for reasons other than profit, they are picked at and questions -- even told they are bad business people.* (<http://b-townblog.com/2012/08/21/letter-i-wanted-to-send-a-big-high-5-to-the-staff-at-the-city-of-burien/>, 2012). Деловые люди мечтают о расширении бизнеса и увеличении прибыли: *It's sad when you can't grow... Isn't that every business person's dream?* (Atlanta Journal Constitution, 2013); *From his recommendations to healthcare providers, he obviously (and logically, from a profit maker's point of view) wants the profit maker to maximize the gain and minimize the loss -- the American business person's dream.* (Hospital Topics, 2002).

Таким образом, фигура американского делового человека получает противоположные оценки, а его главной ценностью согласно данным корпуса является прибыль.

3.3.2 Ценностная составляющая субтипажа «американский предприниматель»

Далее рассмотрим ценностную составляющую субтипажа «американский предприниматель».

1. Оценка. В корпусе представлены по большей части положительные оценки фигуры предпринимателя. Предприниматели обеспечивают экономический рост и создают рабочие места: *Entrepreneurs and their small enterprises are responsible for almost all the economic growth in the United States* (<http://romanticpoet.wordpress.com/2011/07/31/want-to-know-what-go-out-of-washington-%E2%80%9Craising-the-debt-ceiling%E2%80%9D-for-dummies/>, 2011); *Entrepreneurs are critical to the success of the American economy as they are the risk-takers who invest in and start up businesses and as a result, create hundreds of jobs. Without them, economic growth would come to a standstill*

(<http://www.communitycollegetransferstudents.com/5-ways-to-make-sure-that-your-community-college-education-pays-off/>, 2012); *Entrepreneurs are a special breed of human. No economy thrives without them. They create jobs and provide solutions that take things to the next level.* (<http://addicted2success.com/success-advice/10-positive-signs-that-you-are-cut-out-to-be-an-entrepreneur/>, 2012).

Предприниматели экспериментируют и создают ценные продукты и услуги: *This is why the entrepreneur provides an incredible service to society. He is risking his capital and time and energy attempting to anticipate or discover exactly what needs exist in a given environment, and to bring an appropriate product or service to market. No central planner could replace the countless experiments in public service conducted by entrepreneurs in a free market.* (<http://www.dailykos.com/story/2011/05/22/976743/-Owners-of-the-world-unite>, 2011); *In general, I support the entrepreneur, who brings and creates value for other people instead of endless nay-saying.* (<http://freetheanimal.com/2012/04/how-do-you-know-what-you-know.html>, 2012); *Did the middle class have a better life back then or now? How was dentistry? How was the internet? How about lap tops? Dishwashers? Refrigerators? Microwaves? Cars? # All these things came from corporations' and entrepreneurs' greed.* (<http://blogs.wsj.com/totalreturn/2011/10/24/why-there-was-no-occupy-wall-street-200-years-ago/>, 2011).

Предприниматель является объектом мечты, им желают стать: *As a teenager I had fantasies about being a ballerina, a psychologist, an entrepreneur, etc., but also about being gorgeous and built and desired by famous/rich/powerful men* (<http://thehairpin.com/2011/11/our-bella-ourselves/>, 2011); *His passing was also significant because he's the one who made pursuing my dream of being an entrepreneur possible.* (<http://susansoutherland.com/a-matter-of-life-and-death-what-ive-learned-over-the-past-six-months>, 2012).

В корпусе встречается лишь единственный пример с отрицательной оценкой, в котором говорится о том, что предприниматели становятся козлами отпущения: *Don't be fooled, entrepreneurs are the scapegoat and the*

piggy bank for the Marxist parasitic slug Ovomit (<http://www.theblaze.com/stories/president-obama-if-youve-got-a-business-you-didnt-build-that-somebody-else-made-that-happen/>, 2012).

Примеры с самооценкой предпринимателя единичны. Предметом гордости американского предпринимателя является полная независимость: *Yeah, I created my own business and am my own boss. Yup, I'm an entrepreneur, bitches! I'm not rich like Warren Buffett, but like him I do believe in paying my fair share.* (<http://www.dlisted.com/2012/09/04/what-nicki-minaj-doing-get-attention-today>, 2012); *Also, if I say I'm an entrepreneur, I always feel the need to explain that we're not running on venture capital, or really any investment outside our own. We're bootstrapped and proud.* (<http://blog.scoutapp.com/articles/2010/08/24/so-what-do-you-do>, 2012).

2. Ценностные доминанты. В корпусе представлены лишь единичные указания на ценностные доминанты американского предпринимателя.

Представители субтипажа хотят зарабатывать, делая то, что они любят: *Entrepreneurs often start companies because they'd like to make a profit doing what they love* (<http://www.redstate.com/imperfectamerica/2012/10/22/how-about-letting-members-of-the-fortune-500-run-americas-welfare-programs/>, 2012); *All of the greatest entrepreneurs and inventors agree: the keys to being a successful entrepreneur are enjoying what you are working on and always striving to improve your product/vision.* (<http://www.yalelawtech.org/uncategorized/simplified-why-and-how-to-be-an-entrepreneur/>, 2012).

При этом они ценят свободу и именно поэтому выбирают предпринимательство: *What we as entrepreneurs are largely after is freedom. That's what I want. Freedom to go where I want, do what I want, when I want, and with whom I want, plus a feeling of more security in the financial sense* (<http://www.marieforleo.com/2012/09/your-subconscious-mind/>, 2012).

Мотивацией и целью предпринимателя называется не прибыль, а энтузиазм, желание внести свой вклад, реализовать своего рода власть: *Economic success is rarely the goal of successful entrepreneurs. Our motivation*

was pursuit of a passion (<http://givingpledge.org/>, 2012); *Successful entrepreneurs are primarily motivated by the opportunity to make an impact of some sort* (<http://management.fortune.cnn.com/2012/08/13/the-myth-of-the-entrepreneurial-employee/>, 2012); *In his opinion what motivates the activities of the great entrepreneur is not the lust for wealth, but the lust for power.* (<http://therionorteline.com/2012/11/17/croesus-statolatry-and-confiscatory-taxation/>, 2012).

Таким образом, главными ценностями стереотипного американского предпринимателя по данным корпуса являются любовь к своему делу и свобода.

3.3.3 Ценностная составляющая субтипажа «американский топ-менеджер»

Наконец, рассмотрим ценностную составляющую субтипажа «американский топ-менеджер».

1. Оценка. В корпусе встречаются полярные оценки американского топ-менеджмента; однако при этом отрицательных оценок заметно больше.

Должность топ-менеджера обладает престижем: *in the past being a manager was something, now everybody wants the C suite even if they are not made for it.* (<http://hbswk.hbs.edu/item/6690.html>, 2012); *You know how proud we all are of your accomplishments. You're a top executive at one of the hottest biomed companies in North Carolina, if not the entire country.* (Woods, Sherryl. Sand Castle Bay, 2013). Топ-менеджеры более чем востребованы на рынке труда: *Thomas, however, said top executives "are so sought after that they have enormous bargaining power," and "they're negotiating against the backdrop of what the market usually gives people in this position."* (Washington Post, 2005).

Отмечается общая честность американского топ-менеджмента: *The president's indicated time and time again that the vast majority of CEOs and top executives are honest and forthright, that these companies are well run and they're*

solid. (CNN_Novak, 2002). В корпусе встречаются благоприятные отзывы о конкретных топ-менеджерах и командах: *Luckily our senior management is either fairly knowledgeable or trust me enough to let me do my thing.* (<http://www.seomoz.org/blog/search-marketing-education-has-a-long-way-to-go-5-examples-from-the-field>, 2012); *I have on two occasions written to top executives about grievance I have had with their companies. In both instances I received a phone call within two minutes of sending the emails. Both resolved my grievances to my satisfaction immediately. I highly recommend contacting the "bigwigs" as they don't like to receive these type of emails* (<http://consumerist.com/2007/05/11/how-to-launch-an-executive-email-carpet-bomb/>, 2007).

Наиболее распространенной причиной отрицательных оценок являются доходы топ-менеджеров, воспринимающиеся как незаслуженные, неоправданно высокие: *We need to get the banks back into the business of banking. Some banks seem to think they are only in the business of making money for their top executives.* (<http://obilon.blogspot.com/2010/02/banks-should-be-in-business-of-banking.html>, 2010); *The problem is CEO's and upper Management Getting outrageous pay and Benefits. all add to the cost, and price us out of the Global market.* (<http://www.theblaze.com/stories/s-e-cupp-vs-liberal-nun-a-clip-youll-probably-want-to-see/>, 2012).

Гигантская разница между доходами топ-менеджеров и прочих работников осознается как проблема: *Top executives should obviously make more than janitors and stock clerks, but it's obscene that many are making more per hour than their workers make in a year.* (http://blogs.chicagotribune.com/news_columnists_ezorn/2012/11/workers-uphill-fight-for-15-in-a-tough-economy-.html, 2012); *What can be done to end today's incredibly gross pay divide between top executives and average workers?* (http://www.ips-dc.org/reports/executive_excess_2012, 2012).

Высокие доходы являются следствием эксплуатации простых работников: *Employees are squeezed and squeezed (except for the top executives*

who make out like bandits). (<http://www.zerohedge.com/news/2012-11-16/capitalism-work-twinkies-soar-ebay>, 2012); *At companies with which I am familiar in the tech industry (Applied Materials, HP, IBM, Cisco) the reasons that senior people are leaving is that they are continually asked to take on more work when their co-workers are laid off and do so with no increase in compensation. The money saved goes into the pockets of upper management while middle managers find themselves working more hours* (<http://www.forbes.com/sites/ericjackson/2011/12/14/top-ten-reasons-why-large-companies-fail-to-keep-their-best-talent/>, 2011).

Доходы топ-менеджеров получены сомнительным и иногда откровенно преступным образом: *Senior management manipulated accounting, reaped maximum, undeserved bonuses, and prevented the rest of the world from knowing..* (<http://www.sjsu.edu/faculty/watkins/subprime.htm>, 2012); *So when you see senior management willingly and knowingly violating the law in a way such as they individually profit and the small investor is damaged, that really burns.* (USA Today, 2004).

Даже при финансовых проблемах компании топ-менеджеры продолжают получать высокие доходы: *maybe it just me and maybe I just do not quite understand how these things work, but how can one man receive that obscene amount of money, and this is NOT counting what any of the other top executives of the company made so far this year; THEN say our company has no money? And get away with it?* (<http://consumerist.com/2008/10/07/lehman-brothers-ceo-got-punched-in-the-face/>, 2008); *This shocked many for though we all know the big bailed out banks behind the financial collapse of this country, still paid their top executives obscenely high salaries, we have never seen it compared in bold placard print.* (<http://www.allvoices.com/contributed-news/13263649-whats-being-left-out-on-the-campaign-trail>, 2012). Так происходит даже в случае увольнения топ-менеджеров: *Take Morgan Stanley, where a few years ago, top executives Philip J. Purcell and Stephen Crawford were ousted after a series of managerial missteps swamped that bank with losses and crushed its stock.*

Their reward? More than \$100 million -- as they were shown the door (Washington Post, 2007).

Согласно мнениям из некоторых примеров, топ-менеджеры ничего не делают, они сваливают ответственность на других и покрывают друг друга: *I have worked for large or mid sized Corporations, the general mode is "Go the extra mile" for the customer! This is just rhetoric spewed forth by upper management who are actually doing nothing but pointing a finger at others, when some one does something such as this the "rouse is up" everyone begins to see exactly what is going on, they (upper management) gets very upset when they themselves are taking far more than they are contributing only to see someone produce "results" within the set rules* (<http://www.propublica.org/article/excerpts-of-video-depositions-in-the-case-against-joseph-caramadre>, 2012); *And, Yes, there a way too many people in middle and upper management who do absolutely nothing, but the people in management all look out for each other.* (<http://www.pbs.org/wnet/need-to-know/five-things/the-u-s-postal-service/11433/>, 2012).

Также топ-менеджерам приписывается:

- жадность и связанное с ней стремление быстро получить личные доходы любой ценой: *Short-sighted focus by upper management on maximizing their own personal bonus at any expense.* (<http://www.forbes.com/sites/ericjackson/2011/12/14/top-ten-reasons-why-large-companies-fail-to-keep-their-best-talent/>, 2011);

- презрение и невнимание к простым работникам: *I'm always amazed to hear so many senior executives say that people are their most important asset and then do little to develop and retain the high performers.* (<http://www.forbes.com/sites/ericjackson/2011/12/14/top-ten-reasons-why-large-companies-fail-to-keep-their-best-talent/>, 2011);

- безответственность и непорядочность: *Yes, morally they might try to be fairer, but top management of multimillion-dollar outfits, and Penn State is such an enterprise, traditionally put fairness in the same category as the Easter Bunny*

(http://www.huffingtonpost.com/marty-robins/penn-state-another-side_b_1102031.html, 2012);

- расточительность: *One in four of 300 corporate travel managers surveyed recently for USA TODAY by the National Business Travel Association say that some of the top executives don't always practice what they preach when it comes to travel frugality* (USA Today, 2000);

- некомпетентность: *And when "the views of the leaders and their employees are at great variance, it... could mean that employees see real problems that the senior executives do not," the survey, by the Partnership for Public Service, concludes.* (Washington Post, 2013).

Встречается и общая отрицательная оценка: *What would we talk about at a conference? Baseball and how screwed up senior management is* (Rizzoli & Isles, 2014); *Rotten top management is the chief cause of this current Big Pharma crunch.* (http://pipeline.corante.com/archives/2008/01/03/top_of_the_heap.php, 2008).

Примеры, демонстрирующие самовосприятие американских топ-менеджеров, в корпусе отсутствуют.

2. Ценностные доминанты. Топ-менеджерам приписывается способность сделать что угодно ради денег: *After working with Senior Management for years, at a manufacturing co, I found that they will do anything to turn a profit at the publics and workers expense* (<http://caffertyfile.blogs.cnn.com/2011/12/13/what-do-you-fear-most-big-government-big-business-or-big-labor/>, 2011), что частично отражено и в оценках выше. Это указывает на то, что личный доход является высшей ценностью представителя субтипажа.

Также у топ-менеджеров не хватает времени, поэтому они ценят его: *Time is a precious commodity for senior executives. Their schedules are brutal: they work long hours and travel frequently.* (USA Today Magazine, 2009).

Таким образом, главными ценностями стереотипного американского топ-менеджера по данным корпуса являются личный доход и время.

Выводы по главе

Эквивалентами русского словосочетания *деловой человек* являются английские лексемы и словосочетания *business man / businessman, businessperson / business person* и *man of business*, а в форме мн. ч. – *business people*. Словарные определения лексемы *businessman* указывают не только на предпринимателя как владельца бизнеса, но и на наемного работника (в первую очередь – высокого ранга), занятого в коммерческой сфере.

Главным эквивалентом русского существительного *предприниматель* и единственным лексическим репрезентантом субтипажа «американский предприниматель» является лексема *entrepreneur*.

Номинативное поле субтипажа «американский топ-менеджер» формируется совокупностью сложных существительных *top manager, top executive* и *senior executive*, а также собирательных сложных существительных *top management, senior management, upper management* и *S-suite*.

Главное различие между этими двумя субтипажами, связанными с их лексическим представлением, состоит в противопоставлении единственной высокочастотной лексемы *entrepreneur* и совокупности менее частотных сложных существительных, представляющих субтипаж «топ-менеджер».

Сравнение перцептивно-образных составляющих субтипажей «американский предприниматель» и «американский топ-менеджер» с общим типажом «американский деловой человек» приводит к следующим выводам.

Черты, объединяющие супертипаж «американский деловой человек» и его субтипажи «предприниматель» и «топ-менеджер», относятся и к частной, и к публичной жизни. Это разнообразное социальное происхождение, семейный статус (наличие супруга как норма), наличие типичного образа мышления, использование смартфона, занятия благотворительностью и политикой (хотя деловой человек вовлечен в политику намного сильнее).

Типичный американский деловой человек схож с типичным американским предпринимателем в следующем: 1) различные виды осуществляемой коммерческой деятельности; 2) возможное наличие супруга, занимающегося той же деятельностью; 3) хотя часто успешен и богат, присутствуют и примеры противоположного.

Типичного американского делового человека объединяет с американским топ-менеджером следующее: 1) немолодой возраст; 2) наличие речевых особенностей; 3) занятость, нехватка свободного времени.

К общим чертам данных двух субтипажей, которые они не разделяют с типажом высшего порядка «деловой человек», относятся: 1) отсутствие типичного внешнего образа; 2) наличие женщин в составе данной профессиональной группы; 3) отсутствие образа типичного жилища; 4) упоминание только автомобилей и смартфонов в качестве собственности.

Паспортные характеристики супертипажа «американский деловой человек» и его субтипажей «американский предприниматель» и «американский топ-менеджер» кратко отражены в таблице 11.

Таблица 11. Сводная таблица паспортных характеристик супертипажа «американский деловой человек» и его субтипажей «американский предприниматель» и «американский топ-менеджер»

	Деловой человек	Предприниматель	Топ-менеджер
Внешний образ	Костюм, использует смартфон или подобное устройство	Разнообразный	Разнообразный, использует смартфон
Возраст	Немолод	Скорее молод	Старше 40 лет
Гендерный	Мужчина	Мужчина или	Скорее мужчина,

признак		женщина	чем женщина
Происхождение	Разнообразное	Разнообразное	Разнообразное
Место жительства	Дом или квартира	Упоминания единичны	Упоминания единичны
Сфера деятельности	Разнообразная, частые путешествия; может заниматься политикой и благотворительностью	Разнообразная; может заниматься политикой и благотворительностью	Проводит встречи и совещания, посещает мероприятия, выступает в роли эксперта. Может заниматься политикой и благотворительностью
Досуг	Разнообразный	Разнообразный, хобби	Разнообразный
Семейное положение	Может быть женат	Может быть женат/замужем	Может быть женат/замужем
Окружение	Другие деловые люди	Партнеры по предприятию или команда сотрудников, или местное сообщество	Другие топ-менеджеры на работе
Речевые особенности	Присутствуют	Не выявлены	Присутствуют
Характеристики мышления и	Умение планировать,	Готовность к риску, активность,	Сосредоточенность на финансовых

поведения	умение считать деньги, нацеленность на прибыль и на результат	настойчивость, готовность начать заново, ориентация на цель, готовность к неопределенности, гибкость, приспособляемость, находчивость	показателях, подход «работает – не трогай», претензии на всезнание, эгоизм
Собственность и финансовое положение	Чаще богатство, наличие недвижимости, иногда – частный самолет	Разнообразное финансовое положение, наличие автомобиля	Высокие доходы, наличие автомобиля

Большинство представленных в примерах упоминаний паспортных характеристик проанализированных американских типажей относятся к их деятельности (включая политику и благотворительность) (от 14% до 45%), характеристикам их мышления и поведения (от 11% до 30%), и собственности и финансовому положению (от 12% до 53%).

Спецификой субтипажа «американский предприниматель» является высокая частота упоминаний возраста (12%), а субтипажа «американский топ-менеджер» – высокая доля упоминаний собственности и финансового положения (включая упоминания о заработной плате) (53%).

Сравнение ценностных составляющих субтипажей «американский предприниматель» и «американский топ-менеджер» с ценностной составляющей супертипажа «американский деловой человек» выявляет сложную картину: «деловой человек» вбирает в себя различные аспекты обоих субтипажей.

С субтипажом «американский предприниматель» на ценностном уровне супертипаж «американский деловой человек» сближают положительные оценки обоих как создателя рабочих мест и хребта американской экономики; оба обладают высоким престижем.

С субтипажом «топ-менеджер» на ценностном уровне супертипаж «американский деловой человек» сближают отрицательные оценки обоих как жадных до наживы, недальновидных и неуважающих закон людей, а также главная ценность обоих типажей – прибыль, доход.

В свою очередь, сравнение ценностных составляющих субтипажей «американский предприниматель» и «американский топ-менеджер» приводит к следующему выводу: оценки стереотипных фигур американского предпринимателя и топ-менеджера почти противоположны, а их ценности кардинально различаются.

Единственное сходство между предпринимателем и топ-менеджером состоит в том, что они обладают престижем, заставляющим мечтать о подобном занятии. Прочие же черты субтипажей заметно различаются.

В корпусе количественно преобладают примеры с положительной оценкой предпринимателя, однако отрицательных оценок фигуры топ-менеджера заметно больше по сравнению с положительными. Приписываемые топ-менеджерам отрицательные черты (жадность и связанное с ней стремление быстро получить личные доходы любой ценой, презрение и невнимание к простым работникам, безответственность и непорядочность, расточительность, некомпетентность) никогда не приписываются предпринимателям.

Если главными ценностями стереотипного американского предпринимателя по данным корпуса являются любовь к своему делу и свобода, то для стереотипного американского топ-менеджера таковыми являются прибыль и время.

Ценностные характеристики супертипажа «американский деловой человек» и его субтипажей «американский предприниматель» и «американский топ-менеджер» кратко отражены в таблице 12.

Таблица 12. Сводная таблица ценностных характеристик супертипажа «американский деловой человек» и его субтипажей «американский предприниматель» и «американский топ-менеджер»

	Деловой человек	Предприниматель	Топ-менеджер
Оценка	Амбивалентная	Амбивалентная; преимущественно положительная	Амбивалентная
Ценности	Прибыль	Любовь к своему делу, свобода	Доход, время

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Базовыми категориями лингвокультурологии – оформившейся в 1990-е годы в отечественном языкознании лингвистической дисциплины – являются языковая личность и лингвокультурный концепт, под которым понимается многоуровневое ментальное образование, лежащее в сознании, языке и культуре. Понятия языковой личности и концепта соединяются в понятие «лингвокультурный типаж» (ЛКТ), который определяется как узнаваемый образ представителей определенной культуры, совокупность которых и составляет культуру того или иного общества. Это концепт, содержанием которого является типизируемая личность.

Лингвокультурный типаж «деловой человек» и в русском, и в английском языках является комплексным, составным типажом (супертипажом); в него входят два субтипажа или типажа второго порядка, которые можно обозначить как «предприниматель» и «топ-менеджер».

Исследование ЛКТ «российский деловой человек» и «американский деловой человек» на базе соответствующих языковых корпусов (НКРЯ и СОСА) приводит к следующим выводам.

Понятийная составляющая лингвокультурного типажа, основанная на дефинициях, описаниях и толкованиях номинирующих типаж лексем в лексикографических источниках, обладает своей спецификой в обоих языках. В русском языке имя ЛКТ «деловой человек» является многозначным словосочетанием, почти не представленным в толковых словарях и обладающим невысокой частотностью в языковом корпусе. В английском же языке имя ЛКТ – лексема *businessman* с ее графическими и гендерными вариантами – является высокочастотной лексемой, широко представленной в лексикографических источниках. Субтипажи «предприниматель» и «топ-менеджер» в двух лингвокультурах демонстрируют меньшую языковую специфику: она ярко отражается только в большей лексической плотности номинативного поля у субтипажа «российский предприниматель».

Исследование перцептивно-образной составляющей ЛКТ, подразумевающей его описание в типичных ситуациях его деятельности, предоставляет больше информации. В ходе исследования были выявлены следующие общие черты ЛКТ «российский деловой человек» и «американский деловой человек». Деловой человек – это мужчина; его обычная одежда – костюм, его неизменный атрибут – электронное устройство (мобильный телефон, смартфон и т. п.). Он может быть женат, демонстрирует большую занятость и часто путешествует по делам, а также, возможно, занимается благотворительностью. У него отмечается специфическое речевое поведение и специфические черты мышления.

Главная разница между ЛКТ «российский деловой человек» и «американский деловой человек» видится следующим образом. Российский деловой человек может быть любого возраста, а американский скорее немолод. У российского делового человека гораздо чаще может быть преступное прошлое, а американский гораздо чаще вовлечен в политическую деятельность. Российский деловой человек по умолчанию богат; у американского могут быть финансовые трудности. Хотя среди специфических черт мышления, приписываемых деловому человеку, в обоих случаях встречается прагматизм, расчетливость и умение планировать. Российскому деловому человеку в большей степени приписывается ловкость, инициативность, любопытство, а американскому – нацеленность на прибыль и на результат. В качестве собственности российского делового человека, в отличие от американского, чаще упоминается автомобиль.

В ходе исследования были выявлены следующие общие черты субтипажей «российский предприниматель» и «американский предприниматель». Стереотипный предприниматель не обладает конкретными чертами внешнего образа; его общим атрибутом является мобильный телефон или смартфон. Предприниматель скорее молод, но может быть и зрелого возраста; он может быть мужчиной или женщиной, может быть женат/замужем. Коммерческая деятельность предпринимателей

разнообразна. Типичный предприниматель может заниматься благотворительностью и политикой. Признается наличие особого предпринимательского склада ума; предпринимателям приписывается находчивость. Типичная собственность предпринимателя – автомобиль. Представитель субтипажа может быть как успешным и состоятельным, так и нет (при этом возможная неуспешность сильнее представлена в американском субтипаже).

Главная разница между субтипажами «российский предприниматель» и «американский предприниматель» видится следующим образом. Типичный российский предприниматель чаще является мужчиной, нежели женщиной; американский гендерно нейтрален. Он не унаследовал свой бизнес, но мог быть связан с криминалом в прошлом – а у американского предпринимателя, возможно, его дело является семейным. Российского предпринимателя отличают профессиональные особенности речи – прежде всего, использование специфических выражений. Российского предпринимателя могут сопровождать водитель и охрана, что не упоминается при описании американских предпринимателей. Российским и американским предпринимателям приписываются такие общие черты, как готовность к риску и настойчивость; специфически российскими характеристиками оказываются энергичность, суеверность, практичность, умение считать деньги, инициативность, а американскими – активность, готовность начать заново, ориентация на цель, готовность к неопределенности, гибкость, приспособляемость.

Общие черты субтипажей «российский топ-менеджер» и «американский топ-менеджер» можно сформулировать следующим образом. Типичный топ-менеджер скорее мужчина, чем женщина; он может быть женат/замужем. Его обычная одежда – костюм. Топ-менеджер может финансировать политические партии, поддерживать политиков; его доходы значительны.

Разница между субтипажами «российский топ-менеджер» и «американский топ-менеджер» не кажется значительной: типичный американский топ-менеджер старше российского, и американскому топ-менеджеру, в отличие от российского, приписываются специфические коммуникативные особенности и особенности мышления.

В количественном отношении и российские, и американские типы демонстрируют наибольшую важность упоминаний деятельности (включая политику и благотворительность) представителей типажей, собственности и финансового положения и характеристик мышления и поведения.

Наконец, исследование ценностной составляющей ЛКТ демонстрирует амбивалентную оценку как российского, так и американского делового человека. Главными ценностями российского делового человека выступает время, информация, конфиденциальность, репутация и прибыль, в то время как единственная ценность американского делового человека – это прибыль.

В ценностном отношении субтипаж «российский предприниматель» оказывается антиподом своего американского эквивалента. Хотя оценка обоих амбивалентна, российский предприниматель получает в основном отрицательные оценочные характеристики, в то время как американский предприниматель – в основном положительные. Главные ценности российского предпринимателя – прибыль и время, американского – любовь к своему делу и свобода.

Особенностью российского субтипажа является слабо выраженная, но ощутимая внутренняя дифференциация образов, описываемых лексемами *бизнесмен*, *предприниматель* и *коммерсант*; при этом *коммерсант* ближе к *бизнесмену*, чем к *предпринимателю*.

Субтипажи «российский топ-менеджер» и «американский топ-менеджер» в ценностном отношении объединяет амбивалентная общая оценка. Ценности российских и американских топ-менеджеров практически идентичны: это личный доход и время.

Главные выводы, которые можно сделать по итогам исследования, таковы:

1) фигура российского делового человека представляется своего рода идеализированным образом, модельной личностью: он богат, авторитетен и заботится в первую очередь о своей репутации; его примеры в корпусе характеризуются высокой частотой упоминания внешнего вида;

2) в количественном отношении и российские, и американские типажи демонстрируют наибольшую важность упоминаний деятельности (включая политику и благотворительность) представителей типажей, собственности и финансового положения и характеристик мышления и поведения;

3) может быть отмечена слабая, диффузная внутренняя семантическая дифференциация субтипажа «российский предприниматель» в зависимости от номинации: фиксируется различие образов бизнесмена, предпринимателя и коммерсанта;

4) субтипажи комплексного лингвокультурного типажа «американский деловой человек» – «американский предприниматель» и «американский топ-менеджер» – демонстрируют яркий контраст на понятийном, перцептивно-образном и ценностном уровнях, отсутствующий у субтипажей «российский предприниматель» и «российский топ-менеджер».

5) субтипажи «российский топ-менеджер» и «американский топ-менеджер» демонстрируют намного большую близость друг к другу во всех составляющих ЛКТ: у обоих схожая структура номинативного поля, слабая разница в паспортных характеристиках, оба получают в основном отрицательные оценки и обладают одинаковыми ценностями. Субтипажи «российский предприниматель» и «американский предприниматель» демонстрируют яркий контраст: серьезная разница в структуре номинативного поля, различия в паспортных характеристиках (гендерный признак, происхождение, речевые особенности, черты мышления и поведения), противоположные оценки и ценности.

С учетом полученных результатов главные перспективы дальнейших исследований могут быть обозначены следующим образом: 1) исследование прецедентно-образного и метафорически-образного элементов ЛКТ и его субтипажей, лишь намеченное в данной работе; 2) исследование субтипажей ЛКТ «предприниматель» – «магнат», «банкир» и т. д.; 3) исследование исторических субтипажей типажа «деловой человек» – «нэпман», «фарцовщик», «новый русский» и т. д.; 4) дальнейшее исследование внутренней дифференциации субтипажа «российский предприниматель», выявление лексико-семантической специфики, связанной с образами бизнесмена, предпринимателя и коммерсанта.

СПИСОК ТЕОРЕТИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ

1. Алентьева Т. В. «Бароны-разбойники» или «капитаны индустрии» в изображении американских карикатуристов последней трети XIX – начала XX века // *Американистика: Актуальные подходы и современные исследования. межвузовский сборник научных трудов.* Курск, 2023. С. 253-284.
2. Алпатов В. М. Об антропоцентричном и системоцентричном подходах к языку // *Вопросы языкознания.* 1993. № 3. С. 15-26.
3. Андрос И. А. Образ предпринимателя в западноевропейском научном сознании: от Р. Кантильона до М. Вебера // *Веснік БДУ. Сер. 3.* 2011. № 1. С. 58-61.
4. Антонова З. В. Образы предпринимателей в творчестве Ч. Диккенса и У. Коллинза // *Милютинские чтения. Общество, бизнес и культура провинциальной России второй половины XIX – начала XXI века. Сб. научных работ. Вып. VIII.* Череповец: Череповецкий государственный университет, 2016. С. 54-58.
5. Апресян Ю. Д. Избранные труды. Т. II: Интегральное описание языка и системная лексикография. М.: Языки русской культуры, 1995. 767 с.
6. Артамонова И. А. Деловая этика: учебное пособие. М.: Издательство МИИГАиК, 2013. 197 с.: ил.
7. Атнайкина А. С., Ланцова Л. К. Языковое выражение политкорректности в английском и русском языках // *Иностранные языки в контексте межкультурной коммуникации: Материалы докладов XII Всероссийской научно-практической конференции с международным участием.* Саратов: Саратовский источник, 2020. С. 11-19. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/yazykovoe-vyrazhenie-politkorrektnosti-v-angliyskom-i-russkom-yazykah> (дата обращения: 21.12.2023).
8. Афанасенко И. Д. Из истории предпринимательства. Российский тип предпринимателя // *Российское предпринимательство.* 2006. № 5. URL:

<https://cyberleninka.ru/article/n/iz-istorii-predprinimatelstva-rossiyskiy-tip-predprinimatelya> (дата обращения: 05.11.2024)

9. Баданян И. Ф. Концепт «Деловая женщина» и его языковая экспликация в современном медиадискурсе (на материале русского и немецкого языков): Автореф. ... канд. филол. наук. Майкоп, 2017. 25 с.

10. Балосьянц Е., Медведева Н. И. Психосемантическое исследование восприятия образа делового человека // Международный журнал прикладных и фундаментальных исследований. 2012. № 1. С. 130-131. URL: <https://applied-research.ru/ru/article/view?id=2453> (дата обращения: 27.06.2024).

11. Бартков Б. И., Дыбовская Л. В. Английский суффикс *-ness* и его эквиваленты в русском языке // Труды Дальневосточного политехнического института им. В. В. Куйбышева. 2001. № 130. С. 61-66.

12. Бартков Б. И., Яроцкая Р. А. Исконная деривационная морфема *-man* в английском языке. Часть 2. Семантика и структура // Молодой ученый. 2016. № 14 (118). С. 638-647.

13. Бахор Т. А., Зырянова О. Н., Лобанова О. Б., Лукин В. А., Плеханова Е. М. Социально-культурный ракурс образа предпринимателя в русской литературе // Современные проблемы науки и образования. 2015. № 1-1. С. 1475.

14. Бенвенист Э. Словарь индоевропейских социальных терминов: М.: Прогресс-Универс, 1995. 456 с.

15. Боброва О. С., Ковалева А. С. Как делать? Российские предприниматели о бизнесе (по результатам опроса 2014 года): цели и мотивы // Российское предпринимательство. № 16(15). С. 2313-2334.

16. Бобырева Е. В. Сопоставительное рассмотрение лингвокультурных типажей «батюшка»: «*pastor*» в русской и американской лингвокультурах // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2020. № 3. С. 55-63.

17. Богатырев М. А. Развитие управления в России. Особенности современного российского менеджмента // Terra Economicus. 2009. Т. 7. № 2-3. С. 85-90.
18. Богданова Е. А. Языковая личность как центральная категория антропоцентрической парадигмы лингвистического знания // Национальная ассоциация ученых (НАУ). 2017. № 6(33). С. 61-63.
19. Богданова Е. С. Метафора в художественном тексте: функции, восприятие, интерпретация // Вестник Рязанского государственного университета им. С. А. Есенина. 2016. № 3 (52). С. 134-145.
20. Богин Г. И. Современная лингводидактика. Калинин: КГУ, 1980. 61 с. Вежицкая А. Язык. Культура. Познание. М.: Русские словари, 1996. 412 с.
21. Бойко В. П. Зарождение и эволюция русского предпринимательства в творчестве Д. Н. Мамина-Сибиряка // Вестник Томского государственного университета. 2019. № 445. С. 88-95.
22. Бондаренко В. А. Тип «делового человека» и проблема социальной вины в русской литературе 1840-х – 1890-х гг.: автореф. дисс... канд. филол. н. Воронеж, 2012. 20 с.
23. Бондаренко Е. Н. К проблеме классификации лингвокультурных типажей // Lingua Academica: Актуальные проблемы лингвистики и лингводидактики: материалы IV Всерос. научно-практической конф. (4-8 февраля 2019 г., г. Ульяновск). Ульяновск: УлГУ, 2019. С. 33-37.
24. Бородулина Н. Ю., Гливенкова О. А., Гуляева Е. А. Объекты животного/растительного мира как источники метафорической концептуализации в экономике // Национальная ассоциация ученых (НАУ). 2015. № II (7). С. 21-24.
25. Борщевская Т. С. Термины и терминоиды в лексико-семантическом поле «менеджмент»: автореф. ... канд. филол. наук. СПб., 2012. 22 с.

26. Бочарова И. Ю. Вознаграждение топ-менеджмента корпораций в условиях кризиса // Финансы и кредит. 2009. № 16 (352). С. 6-10.
27. Бочкарев А. И., Макарова Н. Е. Лингвокультурное типажное поле 'celebrity' // Язык и культура. 2024. № 68. С. 8-24.
28. Брасс А.А. Мотивация и целеполагание деятельности топ-менеджмента корпорации // Научные труды Республиканского института высшей школы. Философско-гуманитарные науки. 2020. № 19. С. 350-357.
29. Буянова Л. Ю. К проблеме статуса и определения концепта // Военно-филологический журнал. 2023. № 2. С. 13-21.
30. Васильева Л. А. Лингвокультурный типаж «британский премьер-министр» (на материале современного английского языка): автореф. дис. ... канд. филол. наук. Нижний Новгород, 2010. 20 с.
31. Васьков М. А. Государственное регулирование экономики в США: идеология и реальность // Государственное и муниципальное управление. Ученые записки СКАГС. 2009. № 2. С. 87-101.
32. Вафина К. Ю. Современная система управления в передовых американских компаниях // Экономика и менеджмент инновационных технологий. 2014. № 2 (29). С. 28. URL: <https://ekonomika.snauka.ru/2014/02/3992> (дата обращения: 22.10.2024).
33. Виноградов В. В. История слов / Российская академия наук. Отделение литературы и языка: Научный совет «Русский язык». Институт русского языка им. В. В. Виноградова РАН / Отв. ред. академик РАН Н. Ю. Шведова. М.: 1999. 1138 с.
34. Воркачев С. Г. Безразличие как этносемантическая характеристика личности: опыт сопоставительной паремиологии // Вопросы языкознания. 1997. №. 4. С. 115-124.
35. Воркачев С. Г. Лингвокультурология, языковая личность, концепт: становление антропоцентрической парадигмы в языкознании // Филологические науки. 2001. № 1. С. 64-72.

36. Воркачев С. Г. Российская лингвокультурная концептология: современное состояние, проблемы, вектор развития // Известия РАН. Серия литературы и языка. 2011. Т. 70. № 5. С. 64-74.
37. Воркачев С. Г. Семиотика лингвокультурного концепта и терминосистема лингвокультурной концептологии // Язык, коммуникация и социальная среда. Вып. 12. Воронеж, 2014. С. 50-69.
38. Воркачев С. Г. *Ex pluribus unum*: лингвокультурный концепт как синтезное образование // Вестник РУДН. Серия: Лингвистика. 2016. Т. 20. № 2. С. 17-30.
39. Воробьева Н. А. Образ предпринимателя у школьников, студентов, работающих и пенсионеров // Вестник Кемеровского государственного университета. 2010. № 3 (43). С. 48-54.
40. Воронцов С. Г. Содержание понятий «коммерческий», «коммерция», «коммерсант» и их соотношение со смежными юридическими конструкциями в отечественной цивилистической доктрине и нормативных правовых источниках // *Ex jure*. 2022. № 2. С. 76-92.
41. Воронцова Т. А. «Ужели слово найдено?» (концепт «олигарх» в современном языковом сознании) // Новая Россия: новые явления в языке и науке о языке: Материалы Всеросс. науч. конф., 14–16 апр. 2005 г., Екатеринбург, Россия / Под ред. Л. Г. Бабенко. Екатеринбург: Изд-во Урал, ун-та, 2005. С. 57-63.
42. Ворсунова Д. С. Образ Илона Маска (на материалах «The Washington Post» и «Коммерсантъ») // Российско-американские отношения в контексте медийной грамотности. Сборник статей по итогам научно-практической конференции. Саратов: Саратовский источник, 2019. С. 31-35.
43. Гавриленко О. В. «Двойственность» как характеристика российской деловой культуры // Теория и практика общественного развития. 2024. № 11 (199). С. 68-74.
44. Гавриленко О. В. Современная российская деловая культура: «особый» путь развития или заимствование “чужих” управленческих практик?

// Вестник Московского университета. Серия 18. Социология и политология. 2024а. Т. 30. № 2. С. 157-177.

45. Галаган А. А. История предпринимательства российского. От купца до банкира. М.: Ось-89, 1997. 160 с.

46. Гладких Н., Митина О. «Одинокий волк» или эффективный бизнесмен? Сравнительный анализ образов социального предпринимателя в России, Казахстане и Беларуси // Позитивные изменения. 2022. Т. 2. № 3. С. 56-69.

47. Глембоцкая Я. О. Хозяйственный мужик в русской литературе: от А. Н. Островского до наших дней // Театр и драма: эстетический опыт эпохи. 2013. №: 1. С. 31-45.

48. Горбанев С. В. Основные особенности современного российского менеджмента // Новые технологии. 2010. № 2. С. 102-104.

49. Григоренко О. В. Новые аффиксоиды в словообразовательной системе русского языка на рубеже XX–XXI веков // Русский язык в школе. 2019. № 80 (3). С. 69-75.

50. Григоровская А. В. Образы предпринимателей в романах Т. Драйзера «Трилогия желания» и Айн Рэнд «Атлант расправил плечи» // Вестник Пермского университета. Российская и зарубежная филология. 2018. Т. 10. Вып. 3. С. 108-116.

51. Гулевец Н. А. Лингвокультурный типаж «руководитель компании» в корпоративном дискурсе России, Испании и США // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2019. № 2. С. 66-72.

52. Гулин К. А. К вопросу о «первоначальном накоплении капитала» в постсоветской России // Экономические и социальные перемены: факты, тенденции, прогноз. 2019. Т. 12. № 6. С. 276-291.

53. Гумбольдт В. фон. Избранные труды по языкознанию. М.: ОАО ИГ «Прогресс», 2000. 400 с.

54. Дадаева Т. М. Кто они – предприниматели сегодня? Или реальный vs идеальный образ современного предпринимателя (социологический анализ) // SocioTime / Социальное время. 2021. № 2 (26). С. 62-75.
55. Дедиков А. Ю. Сущность коммерческой деятельности // Евразийский Научный Журнал. 2020, № 1. URL: <https://journalpro.ru/articles/sushchnost-kommercheskoy-deyatelnosti/> (дата обращения: 03.06.2024)
56. Деревянская В. В. Лингвокультурный типаж «британский колониальный служащий»: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2008. 21 с.
57. Джигкаева А. В. Языковая эволюция лингвокультурного типажа «бизнес-леди»: автореф. ... канд. филол. наук. Нальчик, 2020. 22 с.
58. Дзюба М. А., Аралов А. В. Особенности использования американской модели менеджмента в российских условиях // Вестник Эссентукского института управления, бизнеса и права. 2017. № 14. С. 123-129.
59. Дмитриева О. А. Лингвокультурный типаж с позиции культурных ценностей // Известия Волгоградского государственного педагогического университета. 2006. № 2. С. 29-35.
60. Дмитриева О. А. Лингвокультурные типажии России и Франции XIX в.: автореф. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2007. 40 с.
61. Дмитриева О. А., Мурзинова И. А. Пассионарный лингвокультурный типаж: подходы к определению, опыт моделирования // Вестник Дагестанского государственного университета. Серия 2: Гуманитарные науки. 2025. Т. 40. № 2. С. 61-68.
62. Долгова Е. В. Имиджевые характеристики лингвокультурного типажа «деловой человек» // Научный вестник Воронежского государственного архитектурно-строительного университета. Серия: Современные лингвистические и методико-дидактические исследования. 2015. № 4 (28). С. 126-138.

63. Долгова И. В. Деловая этика и этикет в сфере деловых коммуникаций: учебник для вузов. СПб.: Лань, 2024. 508 с.: ил.
64. Дубинина И. И. Коммуникативный типаж начальника // Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типажи: сб. науч. тр. Волгоград: Парадигма, 2005. С. 298-309.
65. Дубровская Е. М. Лингвокультурный типаж «человек богемы»: динамический аспект: дисс. ... канд. филол. наук. Омск, 2017. 230 с.
66. Дубровская Е. М. Типология лингвокультурных типажей: опыт систематизации // Мир науки, культуры, образования. 2016. № 2 (57). С. 364-366.
67. Дубровская Е. М., Мандрикова Г. М. Типажи и квазипажи: о развитии теории лингвокультурных типажей // Пушкинские чтения – 2020. Художественные стратегии классической и новой словесности: жанр, автор, текст. Материалы XXV Международной научной конференции.. СПб.: ЛГУ им. А. С. Пушкина, 2020. С. 344-350.
68. Дубровская Е. М. Современное состояние теории лингвокультурных типажей // Вестник Российского университета дружбы народов. Серия: Теория языка. Семиотика. Семантика. 2024. Т. 15. № 2. С. 394-414.
69. Дудар Т. Е. Предпринимательство: опыт культурфилософского и антропологического анализа: монография. Сыктывкар: Изд-во СыктГУ, 2014. 172 с.
70. Евсюкова Т. В., Снитко Т. Н. Построила ли лингвокультурология свой предмет? // Известия высших учебных заведений. Северо-кавказский регион. Общественные науки. 2005. № 1 (129). С. 77-82.
71. Емельянова О. П. Репрезентация стереотипного образа бизнесмена в русскоязычной и англоязычной лингвокультурах // Наука и современность. 2010. № 5-3. С. 29-36.

72. Еркович П. С. Лингвокультурные типажи «учитель» и «teacher» в русской и американской лингвокультурах // Ученые заметки ТОГУ. 2018. Т. 9. № 1. С. 116-122.
73. Зарубина Н. Н. Российский предприниматель в художественной литературе XIX – начале XX века // Общественные науки и современность. 2003. № 1. С. 101-115.
74. Заславская Т. И. Бизнес-слой российского общества: понятие, структура, идентификация // Мониторинг. 1994. № 5. С. 7-15.
75. Иванов А. А. Лингвокультурный типаж «бизнесмен» в английской и русской лингвокультурах // Трансформация реальности: стратегии и практики: 5-й молодежный конвент УрФУ: материалы международной конференции 25–27 марта 2021 года. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2021. С. 357-359. URL: <http://elar.urfu.ru/handle/10995/108304> (дата обращения: 25.12.2023).
76. Иванова А. Б. О сдвиге в оценочной семантике отдельных лексем // Наука и культура России. Материалы VIII Международной научно-практической конференции, посвященной Дню славянской письменности и культуры памяти святых равноапостольных Кирилла и Мефодия. Самара: Самарский государственный университет путей сообщения, 2011. С. 164-166.
77. Иванова М. М. Экспериментальное исследование концепта «Предприниматель» // Вопросы психолингвистики. 2008. № 7. С. 97-100.
78. Иванова М. М. Языковая объективация концепта «предприниматель» в русском языке: автореф. дисс. ... канд. филол. н. Воронеж, 2008. 22 с.
79. Иванова Ю. В. Лингвокогнитивные особенности концепта «возраст» в произведениях Чарльза Диккенса: автореф. ... дисс. канд. филол. наук. Майкоп, 2023. 24 с.
80. Игнатова И. В. Предпринимательство и бизнес: терминологическая дифференциация // Интернет-журнал «Науковедение».

2014. Вып. 6 (25). URL: <https://naukovedenie.ru/PDF/63EVDN614.pdf> (дата обращения: 07.07.2024)

81. Ильинова Е. В. Реализация образа «делового человека» посредством прецедентных феноменов // Филологические и социокультурные вопросы науки и образования. Сборник материалов IV Международной научно-практической очно-заочной конференции. Краснодар, 2019. С. 275-278.

82. Ильинова Е. В. Динамика концептуализации образа делового человека в русской лингвокультуре // Балтийский гуманитарный журнал. 2020. Т. 9. № 4 (33). С. 259-262.

83. Ильинова Е. В. Образный компонент концепта “businessman” в английской лингвокультуре на материале фразеологических единиц // Филологические и социокультурные вопросы науки и образования. Сборник материалов V международной научно-практической очно-заочной конференции. 2020а. С. 121-126

84. Ильинова Е. В. Значимостная составляющая лингвокультурного типажа «деловой человек»: русско-английские параллели // Преподаватель XXI век. 2024. № 1. Ч. 2. С. 517-526.

85. Ильинова Е. В. «Деловой человек» как составной лингвокультурный типаж // Русский язык в поликультурном мире. Сборник научных статей VIII Международного симпозиума. В 2-х тт. Т. 1. Симферополь: Крымский федеральный университет им. В. И. Вернадского, 2024а. С. 158-163

86. Ильинова Е. В. Лингвокультурный типаж «деловой человек» в Национальном корпусе русского языка // Современная лингвистика: ключ к диалогу: труды и материалы IV Казанского международного лингвистического саммита (Казань, 13–15 декабря 2023 г.): в 3 т. Т. 3. / под общ. ред. И. Э. Ярмакеева, Ф. Х. Тарасовой. Казань: Издательство Казанского университета, 2024б. С. 281-284.

87. Ильинова Е. В. Лингвокультурный типаж «деловой человек» в русской и английской лингвокультурах: подходы к исследованию // Слово, высказывание, текст в когнитивном, прагматическом и культурологическом аспектах. Материалы XII Международной научной конференции. Челябинск, 2024в. С. 300-305.
88. Ильинова Е. В. Образная составляющая лингвокультурного типажа «деловой человек» в русском и английском языках // Современные исследования социальных проблем. 2024г. Т. 16. № 3. С. 10-33.
89. Ильинова Е. В. Аксиологическая составляющая лингвокультурного типажа «американский деловой человек» // Libri Magistri. 2025. № 2 (32). С. 83-91.
90. Ильинова Е. В. Номинативное поле лингвокультурного типажа «российский топ-менеджер» // Континуальность и дискретность в языке и речи. Материалы X Всероссийской научной конференции. Краснодар: Издательство Кубанского государственного университета, 2025а. С. 25-28.
91. Илюхина М. С. Лингвокультурный типаж «английский бизнесмен» (эндо- и экзостереотипы): автореф. дисс. ... канд. филол. н. Волгоград, 2013. 19 с.
92. Исаева Л. А. О соотношении понятий «концептуализация», «стереотипизация» и «прецедентизация» // Культурная жизнь Юга России. 2012. № 2 (45). С. 58-60.
93. Камардин И. Н., Плоткин В. А. История отечественного предпринимательства и финансов. Ч. 1. Кузнецк, 2004. 120 с.
94. Каминская К. С. Лингвокультурный типаж современного руководителя в российских СМИ // Актуальные вопросы устойчивого развития России в исследованиях студентов: управленческий, правовой и социально-экономический аспекты. Материалы XVI Всероссийской студенческой научно-практической конференции. В 2-х ч. 2018. С. 13-15.

95. Капкан М. В., Лихачева Л. С. Деловой этикет: учеб. пособие; М-во образования и науки Рос. Федерации, Урал. федер. ун-т. Екатеринбург: Изд-во Урал. ун-та, 2017. 168 с.
96. Караваев Д. Л. Предприниматель как герой российского кино первой половины 1990-х: проблема утверждения нового стереотипа // Вестник ВГИК. 2019. Т. 11. № 1 (39). С. 48-62.
97. Карасик В. И. Языковой круг: личность, концепты, дискурс. Волгоград: Перемена, 2002. 477 с.
98. Карасик В. И. Лингвокультурный типаж // Язык. Текст. Дискурс. 2007. № 5. С. 86-89.
99. Карасик В. И., Дмитриева О. А. Лингвокультурный типаж: к определению понятия // Аксиологическая лингвистика: лингвокультурные типаж: Сб. науч. тр. / Под ред. В. И. Карасика. Волгоград: Парадигма, 2005. С. 5-25.
100. Карасик В. И., Китанина Э. А. Лингвокультурный типаж «предприниматель» в современном русском языковом сознании // Вестник ЮУрГУ. Серия «Лингвистика». 2025. Т. 22, № 1. С. 18-26.
101. Караулов Ю. Н. Русский язык и языковая личность. М.: Наука, 1987. 261 с.
102. Караулов Ю. Н. Русская языковая личность и задачи ее изучения (Предисловие) // Язык и личность. М.: Наука, 1989. С. 3-8.
103. Катермина В. В. Национально-культурная специфика образа человека (на материале русского и английского языков): Автореф. дисс. ... д-ра филол. наук. Волгоград, 2005. 42 с.
104. Катермина В. В., Микитанова Т. С. Англоязычные неологизмы делового дискурса в лингвоаксиологическом аспекте // Креативная лингвистика: сборник научных статей. Вып. 4. Астрахань: Астраханский университет, 2021. С. 22-28.

105. Кириллов А. В. Уточнение понятийного аппарата в интересах повышения эффективности управления // Экономика и управление. 2013. № 10 (96). С. 55-59.
106. Кирсанов А. Дикий имидж // Коммерсантъ. Санкт-Петербург. Приложения. 18.06.2013. URL: <https://www.kommersant.ru/doc/2210199> (дата обращения: 01.08.2024)
107. Кобелева Е. В. Языковая репрезентация образа бизнесмена в американском ироническом художественном дискурсе начала XX века (на примере рассказа О. Генри «Роман биржевого маклера») // Вестник СамГУ. 2015. № 11 (133). С. 99-105.
108. Кобелева Е. В. Языковая репрезентация образа бизнесмена-магната в романе Ф. С. Фицджеральда «Последний магнат» // Вестник Московского университета. Серия 9: Филология. 2015а. № 4. С. 194-208.
109. Кобелева Е. В. Эволюция образа американского бизнесмена-магната и его языковая репрезентация в рассказе Т. Драйзера «Победитель» // Вестник Северного (Арктического) федерального университета. Серия: Гуманитарные и социальные науки. 2016. № 5. С. 99-107.
110. Кобелева Е. В. Дуалистический образ американского бизнесмена-магната в детективном художественном дискурсе и языковые средства его репрезентации (на примере романа Сидни Шелдона «Утро, день, ночь») // Научные ведомости Белгородского государственного университета. Серия: Гуманитарные науки. 2019. Т. 38. № 1. С. 43-52.
111. Ковалева Т. В. Русский предприниматель в произведениях А. И. Эртеля и А. М. Горького // Известия Юго-западного государственного университета. Серия: лингвистика и педагогика. 2018. № 2 (27). С. 44-51.
112. Ковальчук Н. В., Сопранцова Ю. С. Институциональный подход к проблеме бизнес-дискурса // Филологические науки. Вопросы теории и практики. Тамбов: Грамота, 2020. Т. 13. Вып. 7. С. 247-251.

113. Ковшов В. С. Менеджер – это управленец или организатор? // Теория и практика корпоративного менеджмента. Сб. научных статей. ГОУ ВПО «Пермский государственный университет». Пермь, 2010. С. 78-82.
114. Кокова А. В. Социолингвистический аспект концептуализации деловой женщины в русской языковой картине мира // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2017. № 2. С. 107-111.
115. Корнеева А. Ю. Активные процессы в русской экономической терминологии последних десятилетий // Вестник РУДН. Серия Вопросы образования: языки и специальность. 2008. № 5. С. 54-62.
116. Костомаров П. И. Антропоцентризм как важнейший признак современной лингвистики // СибСкрипт. 2014. № 2 (58). С. 198-203.
117. Коурова О. И. История становления новой научной дисциплины – лингвокультурологии // Вестник Шадринского государственного педагогического университета. 2018. № 1 (37). С. 147-151.
118. Кохно П. Топ-менеджмент и инновационная экономика России // Интеллектуальная собственность. Промышленная собственность. 2018. № 9. С. 51-58.
119. Кохно П. А., Кохно А. П., Артемьев А. А. Топ-менеджмент: монография / Отв. ред. д. э. н., проф. П. А. Кохно. Тверь: ЦНиОТ, 2018. 250 с.
120. Кошелева Т. Н. Основы предпринимательской деятельности. СПб.: Издательство Санкт-Петербургской академии управления и экономики, 2009. 226 с.
121. Кравцова Л. П. «Герои нашего времени» в зеркале словаря и дискурса // Политическая лингвистика. 2014. № 3 (49). С. 206-215.
122. Кравчук А. Я. Три слагаемых гончаровского идеала российского предпринимателя // Гуманитарные исследования в Восточной Сибири и на Дальнем Востоке. № 1 (17). 2012 С. 126-132.
123. Крицкая Н. В., Терентьева О. А. Литературный портрет предпринимателя в истории // Мир детства в современном образовательном пространстве. Сборник статей студентов, магистрантов, аспирантов. Вып. 10.

Витебск: Витебский государственный университет им. П.М. Машерова, 2019. С. 269-273.

124. Крюков И. А. Семантическое наполнение концепта «бизнес» и его репрезентация в русском языке на современном этапе: автореф. дисс... канд. филол. н. Новгород, 2012. 25 с.

125. Кубрякова Е.С. Эволюция лингвистических идей во второй половине XX века (опыт парадигмального анализа) // Язык и наука XX века. М., 1995. С. 321-341.

126. Кулешова Е. А. Образ сибирского купца в произведениях художественной литературы конца XVIII – первой половины XIX в. // Вестник Томского государственного университета. История. 2013. № 6 (26). С. 16-20.

127. Кусаева Е. Э. Лингвокультурный типаж «*private detective*» в аспекте профессионально-ориентированного коммуникативного поведения (на материале англоязычного художественного дискурса): автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Нальчик, 2020. 22 с.

128. Кутузова А. С., Вотчель Л. М., Викулина В. В. История экономической мысли: предпринимательство как исторический феномен // Корпоративная экономика. 2023. № 2 (34). С. 60-65.

129. Кушнир О. Н. Эволюция русской концептосферы на рубеже XX–XXI веков: вопросы динамической лингвоконцептологии: автореф. дисс. ... д-ра филол. наук. Тверь, 2013. 44 с.

130. Кыштымова Т. В. Понятие «языковая личность» в современной лингвистике // Вестник ЮУрГГПУ. 2014. № 6. С. 237-244.

131. Липаев А. Что случилось с новыми русскими // Российское предпринимательство. 2003. № 8. URL: <https://cyberleninka.ru/article/n/chto-sluchilos-s-novymi-russkimi> (дата обращения: 05.11.2024).

132. Лихачев Д. С. Концептосфера русского языка // Русская словесность. От теории словесности к структуре текста. Антология. М.: Academia, 1997. – С. 280–287.

133. Лутовинова О. В. Становление понятия «языковая личность»: от «языка в человеке» до «человека в языке» // Известия ВГПУ. 2017. № 1 (114). С. 82-89.
134. Львова Ю. А. Понятие «языковая личность» в исследованиях Г. И. Богина // Понимание и рефлексия в России. Тезисы докладов на международной научно-практической конференции. Тверь: Тверской государственный университет, 2019. С. 83-85.
135. Магомедова Х. Н. Характер современного российского предпринимательства // Вестник Университета Российской академии образования. 2019. № 1. С. 20-23.
136. Мазунина М. В. Образ предпринимательства в современном российском обществе // Master's Journal. 2015. № 1. С. 290-298.
137. Макаров В. А. Трудовая этика протестантизма и современное предпринимательство в США: автореф. дисс. ... канд. филос. наук. Чита, 2013. 24 с.
138. Макарова А. А. Детерминологизация единиц языка экономики и бизнеса в современном русском языке: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. М., 2007. 25 с.
139. Мамонова Н. В. Диахроническое дискурсивное портретирование концепта *бизнесмен* в российских СМИ // Когнитивные исследования языка. 2023. № 4 (55). С. 750-754.
140. Манджиева З. М., Боваева Г. М., Бураева Т. В. Лингвокультурный типаж бизнесмена в американской лингвокультуре // Сборник материалов региональной научно-практической конференции с международным участием «Личность в парадигме межкультурной коммуникации: язык – культура – образование – музей (теоретические и прикладные проблемы)». Элиста: Калмыцкий государственный университет имени Б. Б. Городовикова, 2019. С. 130-134. URL: https://elibrary.ru/download/elibrary_41220328_46559426.pdf (дата обращения: 25.12.2023)

141. Маринова Е. В. Деэжотизация лексики как источник семантического обновления русского языка на рубеже XX–XXI вв. // Вестник РУДН, серия Русский и иностранный языки и методика их преподавания. 2008. № 3. С. 16-26.
142. Милехина Т. А. Образ предпринимателя в русской словесности // Вестник Оренбургского государственного университета. 2005. № 11 (49). С. 108-114.
143. Милехина Т. А. Слово *предприниматель* в русском языке: история и современность // Москва: Портал «О литературе», LITERARY.RU. Дата обновления: 02 апреля 2008. URL: <https://literary.ru/literary.ru/readme.php?subaction=showfull&id=1207132519&archive=1207225892> (дата обращения: 18.06.2024).
144. Минченков А. Г., Горелова А. А. Концепт DISRESPECT и возможности его изучения // Вестник Санкт-Петербургского университета. Серия 9. Филология. Востоковедение. Журналистика. 2015. Июнь. Вып. 2. С. 122-129.
145. Митяева А. П., Щитова Д. А. Варьирование концепта *бизнес* в русской лингвокультуре XX–XXI вв. // Варьирование в языке и смежные с ним явления: монография / О. А. Александров, З. М. Богословская, А. П. Митяева и др.; под ред. З. М. Богословской; Томский политехнический университет. Томск: Изд-во Томского политехнического университета, 2015. С. 4-30.
146. Михайлова С. В., Миронова Ю. А. Лингвокультурный типаж «деловая женщина» как конструкт медиакоммуникации // Гендер и проблемы коммуникативного поведения: сборник материалов 6-й международной научной конференции, Полоцк, 27–28 окт. 2016. Новополоцк: ПГУ, 2016. С. 147-151. URL: <https://elib.psu.by/handle/123456789/19720> (дата обращения: 25.02.2024)
147. Мурзинова И. А. Лингвокультурный типаж «британская королева»: дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2009. 194 с.

148. Мухарлямова А. Ю., Холуева К. А. Анализ образа предпринимателя в современном обществе // Современные проблемы науки и образования. 2014. № 3. С. 639.
149. Намятова Л. Е. Термины рыночной экономики: Современный словарь-справочник делового человека. 4-е изд., перераб. и доп. Екатеринбург: УрФУ, 2012. 198 с.
150. Наумова Н. Г. Образ П. И. Чичикова как вербализация концепта «Предприниматель» (на материале поэмы Н. В. Гоголя «Мертвые души») // Вестник ВятГУ. 2009. № 1. С. 29-31.
151. Непомнящих Н. М. Аксиологический аспект в сравнительно-сопоставительном анализе лингвокультурных типажей «ГОРЕЦ / HIGHLANDER» // Известия ВГПУ. Филологические науки. 2017. С. 116-120.
152. Нерознак В. П. Лингвистическая персонология: к определению статуса дисциплины // Язык. Поэтика. Перевод: сб. науч. тр. Моск. лингв. ун-та. М.: Изд-во Моск. лингв. ун-та, 1996. Вып. 426. С. 112-116.
153. Нестерова Т. Г., Ремизова В. Ф. Стилистические средства реализации концепта “businessman” в романе Чарльза Диккенса “Dombey and Son” // Балтийский гуманитарный журнал. 2021. № 3 (36). С. 312-316.
154. Нечай Ю. П., Кондратьева Т. С. Формирование экономической терминологии в лексической системе современного русского языка // Вестник Адыгейского государственного университета. Серия 2: Филология и искусствоведение. 2014. № 4 (149). С. 58-64.
155. Никольская А. А. Русские купцы и «новые русские»: общее без особенного // Современные тенденции развития науки и технологий. 2015. № 6-5. С. 130-136.
156. Никонов В. А. Характеристика российского предпринимателя в зеркале общественного мнения // Известия высших учебных заведений. Поволжский регион. Общественные науки. 2017. № 2 (42). С. 92-101.
157. Омельченко С. Р. В поисках антропологии языка // Научный диалог. 2012. № 12: Филология. С. 76-84.

158. Опрышко В. В. Языковая представленность суперконцепта «жизнь» в русской культуре: деривационный аспект // Культурная жизнь Юга России. 2011. № 5 (43). С. 59-61.
159. Павловская О. Е., Ткаченко М. С. К вопросу о моделировании оценочной семантики (на примере прилагательного «типичный») // Мир науки, культуры, образования. 2023. № 2 (99). С. 523-527.
160. Парышева Е. В. Человек на рынке: единицы лексико-семантического поля *рынок* со значением лица // Известия РГПУ им. А. И. Герцена. 2022. № 204. С. 231-240.
161. Перо А. Предприниматель в литературе: самобытность вымысла // Versus. 2022. Т. 2. № 1. С. 123-144.
162. Петрова О. О. Культурно-идеологические созначения в семантике ориентационных метафор «верх – низ» // Преподаватель XXI век. 2014. № 3. С. 268-275.
163. Погодаева Е. А. Репрезентация когнитивного стиля современного делового человека в текстах деловой прессы: автореферат дисс. ... канд. филол. наук. Барнаул, 2009. 20 с.
164. Пономарев О. Б. Исторические особенности российского предпринимательства // Российское предпринимательство. 2015. № 16(17). С. 2707-2726.
165. Потапова Т. Е. Базовые концепты российского делового человека XXI в. (на материале корпуса текстов интервью) // Вестник РУДН, серия Русский и иностранные языки и методика их преподавания, 2010, № 1. С. 21-26.
166. Рахманов А. Б. Бизнес-элиты ведущих стран мира в 2020 году: комплексное исследование // Вестник Томского государственного университета. Философия. Социология. Политология. 2020. № 56. С. 194-222.
167. Рахмеева И. И., Клейменов М. В. Отношение школьной свердловской молодежи к предпринимательской деятельности и образ

современного российского бизнесмена // Вестник ПНИПУ. Социально-экономические науки. 2024. № 2. С. 67-76.

168. Резник В. А. Лингвокультурный типаж в системе смежных понятий // Изв. Самар. науч. центра Рос. академии наук. 2013. 2 (2). Т. 15. С. 481-484.

169. Резник В. А. Содержание, объем и структура лингвокультурного типажа «британский лорд» в синхронии и диахронии: автореф. дисс. ... канд. филол. наук. Омск, 2017. 24 с.

170. Ржевская М. Взаимодействие менеджера и собственника: обзор основных противоречий // РИСК: Ресурсы, Информация, Снабжение, Конкуренция. 2011. № 4. С. 333-339.

171. Ржевская М. С. Основные виды и особенности контроля собственника при передаче управления наемному топ-менеджеру // Наука и образование: хозяйство и экономика; предпринимательство; право и управление. 2013. № 3 (34). С. 71-78.

172. Родина В. В. Образ торгово-промышленного сословия в русской литературе // Известия Санкт-Петербургского государственного экономического университета. 2016. № 6 (102). С. 105-115.

173. Романов А. И. Психологическая характеристика современного делового человека // Экономическая политика. 2006. № 3. С. 195-200.

174. Роцин С. Ю., Солнцев С. А. Рынок труда топ-менеджеров в России. М.: Изд. дом ГУ ВШЭ, 2006. 251, [1] с.

175. Русанова М. А., Зиньковская А. В. Понятие концепта в междисциплинарном аспекте // Мир науки. Социология, филология, культурология. 2023. Т. 14. № 3. URL: <https://sfk-mn.ru/PDF/29FLSK323.pdf> (дата обращения: 21.08.2024)

176. Савенкова Л. Б., Галий А. С. Синтагматические связи слова *начальник* как средство вербального воплощения одноименного лингвокоммуникативного типажа в социальных медиа // Научная мысль Кавказа. 2022. № 2 (110). С. 85-96.

177. Савицкий В. М. Опыт систематизации понятий в области лингвоконцептологии // Актуальные проблемы филологии и педагогической лингвистики. 2021. № 2. С. 128-136.
178. Савицкий В. М. Специфика английского лингвокультурного концепта 'bourgeois' на фоне его русских аналогов // Поволжский педагогический вестник. 2015. № 2 (7). С. 134-138.
179. Самсонова Л. С. Динамический аспект лингвокультурного типажа «программист» // Филологический аспект: международный научно-практический журнал. 2022. № 07 (87). URL: <https://scipress.ru/philology/articles/dinamicheskij-aspekt-lingvokulturnogo-tipazha-programmist.html> (дата обращения: 31.07.2024)
180. Сапрун И. Р. Вербализация концепта БИЗНЕСМЕН в русской языковой картине мира // Учені записки Таврійського національного університету ім. В. І. Вернадського. Серія «Філологія. Соціальні комунікації». 2011. Т. 24 (63). № 1. Ч. 2. С. 122-129.
181. Сваровская А. С. Человек дела в русской прозе начала XX века: драма гедонизма // Русская литература в XX веке: имена, проблемы, культурный диалог. Редактор Т. Л. Рыбальченко; Томский государственный университет, филологический факультет, кафедра истории русской литературы XX века. Томск, 2003. С. 52-72.
182. Северская О. И. *Деловой человек, делец, деляга*: образ бизнесмена в русском языке XX-XXI вв. // Труды института русского языка им. В. В. Виноградова. 2014. № 2. С. 369-385.
183. Сепир Э. Избранные труды по языкознанию и культурологии. М.: Прогресс, 2002. 656 с.
184. Сигидов Ю. И., Кочкина В. П. Англоязычное заимствование в русской экономической терминологии // Вестник Академии знаний. 2019. № 30 (1). С. 144-147.

185. Сидорчукова Ю. В. Англоязычное заимствование в русской экономической терминологии // Вестник Академии знаний. 2019. №30 (1). С. 144-147.
186. Слижевская М. Р. Образ саратовского немца-предпринимателя рубежа XIX–XX вв. в литературном наследии И. Я. Славина // Ежегодник Международной ассоциации исследователей истории и культуры российских немцев. 2023. № 1 (13). С. 14-22.
187. Слышкин Г. Г. От текста к символу: лингвокультурные концепты прецедентных текстов в сознании и дискурсе. М.: Academia, 2000. 128 с.
188. Согрин В. В. Равенство возможностей как фактор американской цивилизации. Итоги и современность // США. Канада. Экономика – политика – культура. 2012. № 1. С. 3-18.
189. Согрин В. В. Крупный бизнес США от «позолоченного века» до «прогрессивной эры» (1870-1910-е годы) // Новая и новейшая история. 2010. № 6. С. 38-59.
190. Степанов Ю. С. Константы: словарь русской культуры. М.: Академический проект, 2001. 989 с.
191. Субиркина Н. Ю. Когнитивно-прагматический анализ концепта *предприниматель* // Когнитивные исследования языка. 2013. № 14. С. 411-415.
192. Сухих С. А., Зеленская В. В. Репрезентативная сущность личности в коммуникативном аспекте реализаций. Краснодар: КубГУ, 1997. 332 с.
193. Супян В. Американская модель экономики. Характерные черты и современные особенности // Экономические стратегии – Центральная Азия. 2007. № 4. С. 20-29. URL: <https://www.inesnet.ru/article/amerikanskaya-model-ekonomiki-harakternyye-cherty-i-sovremennyye-osobennosti/> (дата обращения: 05.07.2024)
194. Тарасова В. В. Вербальная объективация концептов *руководитель* и *executor* в русской и английской языковых картинах мира //

Филологические науки. Вопросы теории и практики. 2013. № 12-2 (30). С. 201-204.

195. Тарханова Е. В. Трансформация портрета предпринимателя в деловых изданиях // Вестник ВГУ. Серия: Филология. Журналистика. 2020. № 3. С. 126-129.

196. Тимченко А. С. Образ купца-предпринимателя в китайских и русских пословицах и поговорках // Известия Алтайского государственного университета. 2013. № 2-2 (78). С. 249-251.

197. Тощенко И. Ж. Структура и особенности социально-профессиональной группы топ-менеджеров // Вестник РГГУ. Серия «Философия. Социология. Искусствоведение». 2012. № 2. С. 268-281.

198. Усанов П. В. Экономическая история США: от «ковбойского капитализма» Р. Рейгана до «Леонида Ильича» Байдена (1988–2021) / Павел Усанов: Препринт М-83/21. СПб.: Издательство Европейского университета в Санкт-Петербурге, 2021. 42 с.

199. Успенский В. А. Очерк истории предпринимательства в России // Мир новой экономики. 2013. № 1. С. 55-61.

200. Федоров М. А. Термин «лингвокультура» в аспекте теории культуры // Вестник БГУ. 2014. № 6-2. С. 83-86.

201. Фурсова Т. В., Петрова Е. А. Проблемы мотивации топ-менеджмента компании и возможности их решения через теорию контрактов // Вестник МФЮА. 2021. № 3. С. 127-133.

202. Ханин Г. И. Магнаты современной российской экономики во второй половине 90-х гг. и в 2000-е гг. // Terra Economicus. 2017. Т. 15. № 2. С. 18-39.

203. Холод Ю. С. Лингвоконцептология: отдельная наука или синоним лингвокультурологии? // Филология: научные исследования. 2018. № 1. С. 147-151. URL: https://nbpublish.com/library_read_article.php?id=25644 (дата обращения: 20.05.2024)

204. Хоружая С. В. Концепт «Предприниматель» в культурной картине мира современных россиян // Известия вузов. Северо-Кавказский регион. Серия: Общественные науки. 2007. Спецвыпуск. С. 60-63.
205. Цурик Т. О. Образ предпринимателя в русской народной культуре (на примере пословиц из сборника В. И. Даля) // Известия Юго-западного государственного университета. 2013. № 4 (49). С. 136-143.
206. Черникова Н. В. Лексико-семантическая актуализация как средство отражения изменений в русской концептосфере (1985–2008 гг.): автореф. ... д-ра филол. наук. М., 2008. 42 с.
207. Черноусова И. П. Концепт РОДИНА в поэтической картине мира П. Н. Шубина // Научный диалог. 2018. № 12. С. 179-194.
208. Чжан Ш. Лингвокультурный типаж «суеверный человек» (на материале китайского и русского языков): дисс. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2025. 229 с.
209. Чистякова Н. А. Образ героя-предпринимателя в русской классической литературе как залог социально ответственных принципов современного российского предпринимательства // Управление образованием: теория и практика. 2021. № 1 (41). С. 349-356.
210. Шаповаленко Е. В. Особенности функционирования англоязычных заимствований *top-*, *vip-* в современном русском языке // Вестник Балтийского федерального университета им. И. Канта. Серия: Филология, педагогика, психология. 2021. № 2. С. 53-59.
211. Шафиков С. Г. Лингвокультурология, язык и национальный менталитет // Вестник Башкирского университета. 2013. Т. 18. № 3. С. 763-777.
212. Ширяева Т. А. Деловой дискурс: знания, язык, текст (на материале современного английского языка) // Вестник Челябинского государственного университета. 2011. № 33 (248). Филология. Искусствоведение. Вып. 60. С. 136-138.

213. Шкредова М. И. Социолингвистический портрет современного бизнесмена // Наука сегодня: фундаментальные и прикладные исследования. Материалы международной научно-практической конференции. Вологда: Маркер, 2016. С. 127-128.
214. Шмелев А. Д. Русский язык и внеязыковая действительность. М.: Языки славянской культуры, 2004. 492 с.
215. Щербаева А. А. Лингвокультурные типажи «учитель» и «врач»: общекультурные и индивидуально-авторские характеристики (на материале прозы А. П. Чехова) автореф. дис. ... канд. филол. наук. Ставрополь, 2010. 22 с.
216. Ярмахова Е. А. Лингвокультурный типаж «английский чудак»: автореф. дис. ... канд. филол. наук. Волгоград, 2005. 22 с.
217. Bauml R. The Image of the Businessman in the American Novel // Business Horizons. 1968. Vol. 11 (4), August. Pp. 89-96.
218. Bournois F., Duval-Hamel J., Roussillon S., Scaringella J.-L. Handbook of Top Management Teams. London: Palgrave Macmillan London, 2010. 710 p.
219. Finkelstein S., Hambrick D. C., Cannella A. A. Jr. Strategic Leadership. Theory and Research on Executives, Top Management Teams, and Boards. Oxford: Oxford University Press, 2009. 480 p.
220. Halsey V. R. Fiction and the Businessman: Society Through all its Literature // American Quarterly. 1959. Vol. 11, No. 3 (Autumn.). Pp. 391-402
221. Kaiser K., Pilch M., Schechter I. J. Becoming a Top Manager: Tools and Lessons in Transitioning to General Management. San Francisco: Jossey-Bass Inc., 2015. 296 p.
222. Kennedy E. J., Lawton L. Business Ethics in Fiction // Journal of Business Ethics. 1992. Vol. 11. Iss. 3. Pp. 187-195.
223. Merchants, Barons, Sellers and Suits: The Changing Images of the Businessman through Literature / Ed. by Christa Mahalik. Newcastle upon Tyne: Cambridge Scholars Publishing, 2010. 350 p.

224. Smith H. R. The American Businessman in the American Novel // Southern Economic Journal. 1959. Vol. 25. Iss. 3. Pp. 265-302.
225. Younkens E. W. Exploring Capitalist Fiction: Business through Literature and Film. Lanham: Lexington Books, 2013. 346 p.
226. Zimmerman D. A. Novels of American Business, Industry, and Consumerism // The Cambridge History of the American Novel. / Ed. by Leonard Cassuto. Cambridge: Cambridge University Press, 2011. Pp. 409-425.

СПИСОК ЛЕКСИКОГРАФИЧЕСКИХ ИСТОЧНИКОВ

227. БАРС – Большой англо-русский словарь: в 2-х т. / Под общ. рук. И. Р. Гальперина. М.: Советская энциклопедия, 1972. 2 т.
228. БАСРЯ – Большой академический словарь русского языка. М.: Наука, 2004–2021. 28 т.
229. БРАС – Большой русско-английский словарь. 23-е изд., стереотип. / Под ред. О. С. Ахмановой. М.: Рус. яз., 2000. 768 с.
230. БТСРР – Скворцов Л. И. Большой толковый словарь правильной русской речи: 8000 слов и выражений. М.: ООО «Издательство Оникс»: ООО «Издательство «Мир и Образование», 2009. 1104 с.
231. БТСРЯ – Кузнецов С. А. Большой толковый словарь русского языка. СПб: Норинт, 2000. 1536 с.
232. БШС – Никитин А. Ф. Большой школьный словарь: обществознание, экономика, право. М.: АСТ-ПРЕСС ШКОЛА, 2006. 400 с.
233. БЭС – Борисов А. Б. Большой экономический словарь. М.: Книжный мир, 1999. 895 с.
234. ИЭССРЯ – Черных П. Я. Историко-этимологический словарь современного русского языка: в 2 т. 3-е изд., стереотип. М.: Рус. Яз., 1999. 2 т.
235. КСИС – Лоншина С. М. Краткий словарь иностранных слов. Изд. 4-е, испр. М.: «Русский язык», 1974. 351 с.
236. НБАРС – Новый Большой англо-русский словарь: в 3-х т. / Апресян Ю. Д. и др. Под общ. рук. Э. М. Медниковой и Ю. Д. Апресяна. М.: Рус. яз., 1993–1994. 3 т.
237. НСЗ-90-3 – Новые слова и значения: словарь-справочник по материалам прессы и литературы 90-х годов XX века: в 3 т. / [Т. Н. Буцева, Е. Н. Геккина, Ю. Ф. Денисенко, О. М. Карева, А. Ю. Кожевников, Н. А. Козулина, Е. А. Левашов, С. Д. Левина, Ю. С. Ридецкая, Е. П. Снегова, Н. Г. Стулова, Е. Н. Шагалова]; под ред. Т. Н. Буцевой (отв. ред.) и Е. А. Левашова;

Ин-т лингвистических исследований РАН. Т. 3: Паркомат – Я. СПб.: Дмитрий Буланин, 2014. 1360 с.

238. НЧС – Ляшевская О. Н., Шаров С. А. Новый частотный словарь. Электронная версия Частотного словаря современного русского языка (на материалах Национального корпуса русского языка). М.: Азбуковник, 2009. URL: <http://dict.ruslang.ru/freq.php> (дата обращения: 21.06.2024)

239. ПССДО – Почти серьезный словарь делового общения / Сост. Е. В. Погребняк. М.: Альпина Бизнес Букс, 2007. 123 с.

240. РСС – Русский семантический словарь. Толковый словарь, систематизированный по классам слов и значений / РАН. Ин-т рус. яз.; Под общей ред. Н. Ю. Шведовой. М.: Азбуковник, 1998–2007. 4 т.

241. СИС – Словарь иностранных слов. М.: ОГИЗ РСФСР, 1937. 728 с.

242. СИССРЯ – Егорова Т. В. Словарь иностранных слов современного русского языка. М.: «Аделант», 2014. 800 с.

243. СМСС – Силин А. Н. Социальный менеджмент: Словарь-справочник / учеб. пособие. М.: Университетская книга, 2009. 176 с.

244. СНТСРЯ – Шагалова Е. Н. Самый новейший толковый словарь русского языка XXI века: ок. 1500 слов М.: АСТ : Астрель, 2012. 766, [2] с.

245. СПАРРАС – Мюллер В. К. Самый полный англо-русский русско-английский словарь с современной транскрипцией: около 500 000 слов. М.: Издательство АСТ, 2016. 800 с.

246. СРАС – Таубе А. М., Даглиш Р. С. Современный русско-английский словарь. М.: Рус. яз., 2000. 776 с.

247. ССРЛЯ – Словарь современного русского литературного языка в 17 т. / Под ред. В. И. Чернышева. М.: Издательство Академии Наук СССР, 1950–1965. 17 т.

248. СРЛЯ-XXI – Словарь русского литературного языка начала XXI века/ авт.-сост. А. А. Грузберг, Л. А. Грузберг. М.: ФЛИНТА, 2015. 1438 с.

249. СРЯ – Словарь русского языка: В 4-х т. / АН СССР, Ин-т рус. яз.; Под ред. А. П. Евгеньевой. 3-е изд., стереотип. М.: Русский язык, 1988. 4 т.

250. ССРЯА – Александрова З. Е. Словарь синонимов русского языка: Практический справочник: Ок. 11 000 синонимических рядов. 11-е изд., перераб. и доп. М.: Рус. яз., 2001. 568 с.
251. ССРЯБ – Бабенко Л. Г. Словарь синонимов русского языка. М.: АСТ, 2011. 688 с.
252. ССРЯМ – Словарь синонимов русского языка / Сост. А. Ю. Мудрова. М.: Центрполиграф, 2009. 507, [5] с.
253. ССЭТ – Райзберг Б. А. Словарь современных экономических терминов. / Б. А. Райзберг, Л. Ш. Лозовский. 4-е изд. М.: Айрис-пресс, 2008. 480 с.
254. СФЭТ – Словарь финансово-экономических терминов / А. В. Шаркова, А. А. Килячков, Е. В. Маркина и др., под общ. ред. д. э. н., проф. М. А. Эскиндарова. 2-е изд. М.: Издательско-торговая корпорация «Дашков и К», 2017. 1168 с.
255. СЭТ – Бичик С. В. Словарь экономических терминов. / С. В. Бичик, А. С. Даморацкая, И. В. Даморацкая. Минск: Выш. шк., 2009. 271 с.
256. ТСЖВРЯ – Даль В. И. Толковый словарь живого великорусского языка. В 4-х т. М.: Рипол классик, 2006. 4 т.
257. ТСРЯ – Ожегов С. И. и Шведова Н. Ю. Толковый словарь русского языка: 80000 слов и фразеологических выражений / Российская академия наук. Институт русского языка им. В. В. Виноградова. 4-е изд., дополненное. М.: ООО «А ТЕМП», 2006. 944 с.
258. ТСРЯД – Толковый словарь русского языка. Под ред. Д. В. Дмитриева. М.: АСТ, 2003. 1584 с.
259. ТСРЯКХХ – Складская Г. Н. (ред.) Толковый словарь русского языка конца XX века. Языковые изменения. Российская академия наук, Институт лингвистических исследований. СПб.: Изд-во «Фолио-Пресс», 1998. 700 с.
260. ТССРЯ – Ушаков Д. Н. Толковый словарь современного русского языка. М.: «Аделант», 2014. 800 с.

261. ТЭТСИСРЯ – Червинский П., Надель-Червинская М. Толково-этимологический толковый словарь иностранных слов русского языка. Тернополь: Крок, 2012. 640 с.
262. ЭС – Экономический словарь / А. И. Архипов [и др.]: отв. ред. А. И. Архипов. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Проспект, 2010. 672 с.
263. ЭСРЯ – Этимологический словарь русского языка. М.: Изд-во Московского университета, 1963–2007. 11 т.
264. ЭСРЯФ – Фасмер М. Этимологический словарь русского языка. В 4 т. / Пер. с нем. и доп. О. Н. Трубачева. 2-е изд., стереотип. М.: Прогресс, 1986. 4 т.
265. ЭССРЯ – Этимологический словарь современного русского языка. / Под ред. М. Н. Свиридовой. М.: «Аделант», 2014. 512 с.
266. AHDEL – The American Heritage Dictionary of the English Language. Fifth Edition. Boston, New York: Houghton Mifflin Harcourt, 2016. 2086 p.
267. CEDEL – Klein E. A Comprehensive Etymological Dictionary of the English Language. Elsevier Publishing Company, 1966. 2 vols.
268. COED – Compact Oxford English Dictionary of Current English. Oxford: Oxford University Press, 2003. 1378 p.
269. LDAE – Longman Dictionary of American English. Harlow: Pearson Education Limited, 2009. 934 p.
270. MWALD – Merriam-Webster's Advanced Learner's English dictionary. Merriam-Webster, Inc., 2008. 1994 p.